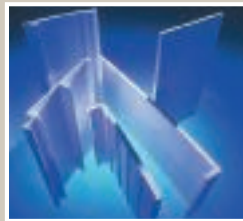
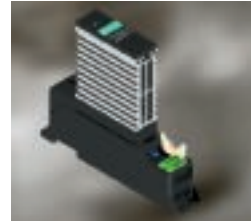
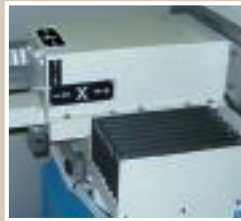


OSSERVATORIO SUBFORNITURA

Settori tecnici

2006



L'OSSERVATORIO SUBFORNITURA è uno strumento informativo che si propone di analizzare periodicamente la situazione del mercato della subfornitura tecnica, attraverso un'indagine campionaria effettuata sul versante dell'offerta.

Oggetto dell'indagine sono le piccole imprese che eseguono lavorazioni per conto di terzi o realizzano prodotti su commessa e che operano nei settori a maggior contenuto tecnico (meccanica, elettromeccanica, elettronica, plastica e gomma). L'indagine è estesa alle principali regioni industriali italiane: essa ha riguardato Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Toscana e Umbria.

Il rapporto traccia un profilo aggiornato del settore e dei mercati di riferimento delle aziende. All'interno del quadro si colloca l'analisi congiunturale, che fornisce indicazioni puntuali e dettagliate sull'andamento dell'attività e sul trend della domanda. Inoltre, lo studio approfondisce in chiave monografica tematiche rilevanti per seguire l'evoluzione del sistema della subfornitura tecnica e per comprendere le strategie di crescita e di qualificazione adottate dagli operatori.

Il rapporto 2006 pone in questo caso l'attenzione sul tema della logistica, consentendo di valutare le situazioni in essere e di cogliere i possibili orientamenti degli imprenditori.

A partire dal 1999 l'Osservatorio Subfornitura è diventato un'iniziativa stabile all'interno dei programmi di promozione e servizio che il COMITATO NETWORK SUBFORNITURA sviluppa in questo settore.

L'Osservatorio 2006 è stato realizzato seguendo la metodologia utilizzata nelle sei precedenti edizioni (1). In particolare, la base di rilevazione è rimasta identica a quella del 2005. Le variazioni intervenute rispetto ad edizioni riferite ad anni anteriori sono comunque limitate e consentono di mantenere un elevato grado di confrontabilità diretta dei dati e di assicurare la validità delle serie storiche proposte.

Lo studio è stato realizzato da CESDI Srl, che ha messo a punto la metodologia e gli strumenti di rilevazione, ha effettuato l'elaborazione dei dati e ha redatto il rapporto sui risultati.

La rilevazione presso le imprese è stata curata dai soci del Comitato direttamente e/o in collaborazione con le Camere di Commercio a cui essi fanno riferimento in ambito regionale.

Un ringraziamento particolarmente sentito va ai responsabili delle imprese che, con l'ormai consueto spirito di collaborazione, hanno dedicato tempo e attenzione alla compilazione del questionario.

Hanno collaborato

- Unioncamere Piemonte
- Unioncamere Lombardia
- Unioncamere Veneto
- Centro Regionale della Subfornitura del Friuli Venezia Giulia
- Unioncamere Emilia-Romagna
- Unioncamere Toscana
- Unioncamere Umbria

(1) I rapporti relativi alle precedenti rilevazioni sono consultabili sul sito del Comitato Network Subfornitura all'indirizzo www.subfor.net

Lo studio è stato realizzato da CESDI S.r.l.

Base di rilevazione

L'Osservatorio Subfornitura ha come oggetto di rilevazione le piccole e medie imprese italiane della subfornitura tecnica. In particolare:

- per quanto riguarda le dimensioni d'impresa l'Osservatorio esamina le aziende comprese nella fascia 6 - 99 addetti;
- dal punto di vista territoriale la rilevazione ha interessato sette regioni (Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Toscana e Umbria).

L'indagine è stata condotta in base ad un campione, di 678 unità, stratificato per classi di addetti e regioni.

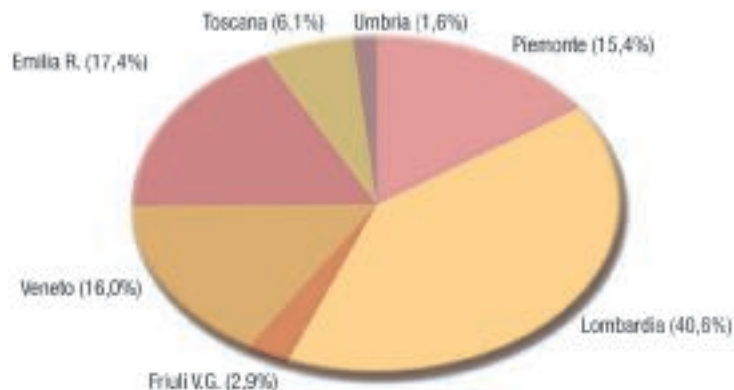
Poiché il campione utilizzato non è di tipo proporzionale, tutti i dati rilevati sono stati opportunamente ripesati sulla base della composizione della popolazione di riferimento. Pertanto, i dati medi e gli indicatori presentati in questo rapporto riflettono l'effettiva struttura dimensionale/regionale esistente all'interno del campo di indagine che costituisce la base di riferimento della rilevazione.

Per maggiori dettagli in proposito si rimanda alla nota metodologica.

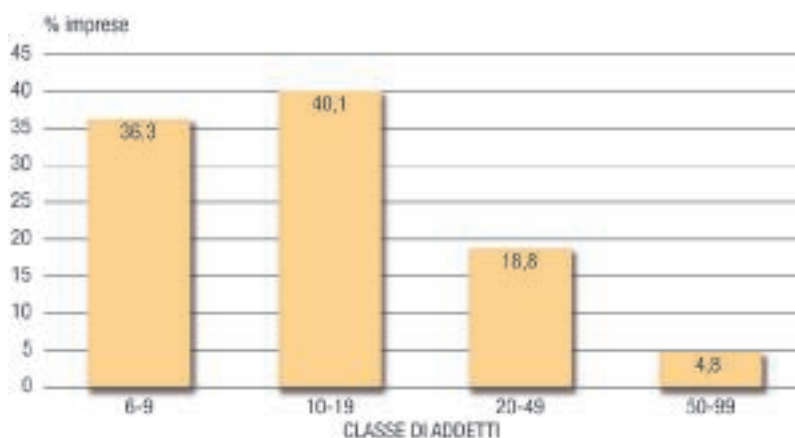
Per quanto riguarda l'identificazione delle attività in subfornitura, l'Osservatorio considera sotto questa voce: (1) le lavorazioni realizzate per conto di terzi; (2) i prodotti (parti, componenti, complessivi, ecc.) fabbricati su commessa sulla base di specifiche tecniche dei committenti.

Nella rilevazione sono incluse solo le aziende nelle quali queste due componenti, nel loro insieme, superano la metà del fatturato. Nel campione 2006 l'attività svolta in subfornitura rappresenta mediamente il 96,2% del giro d'affari delle aziende (di cui il 43,7% nella forma di lavorazioni in conto terzi).

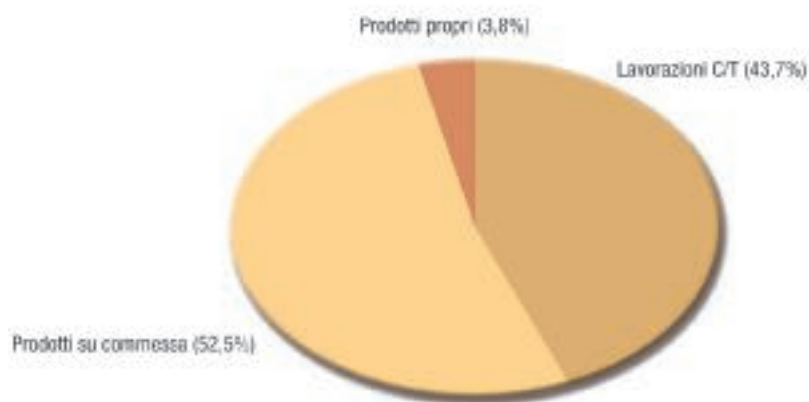
COMPOSIZIONE TERRITORIALE (Distribuzione stimata - % imprese)



COMPOSIZIONE DIMENSIONALE (Distribuzione stimata)

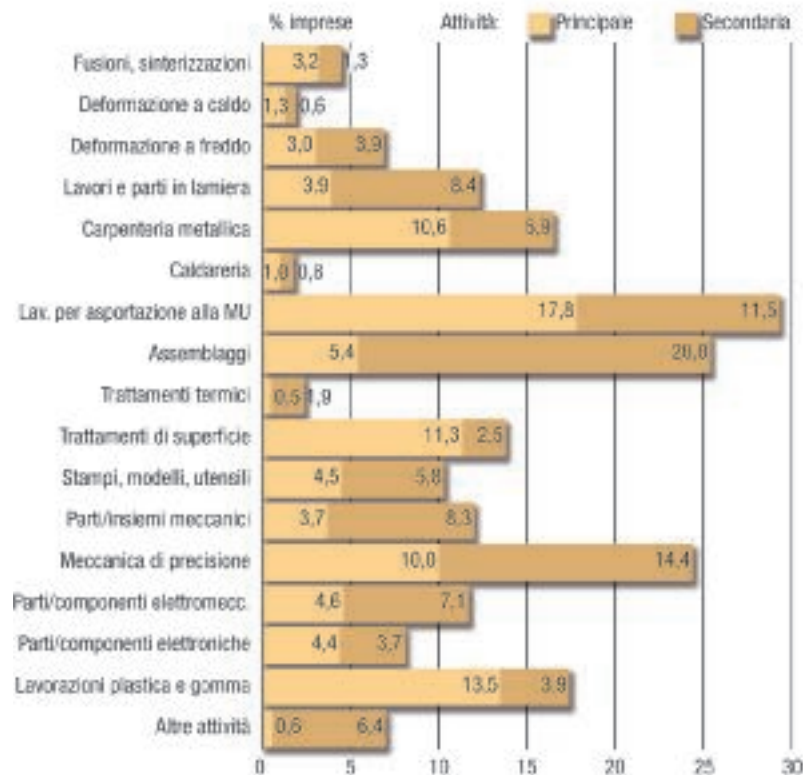


LE ATTIVITÀ IN SUBFORNITURA (% del fatturato)



Attività delle aziende

LAVORAZIONI E PRODOTTI DI SUBFORNITURA PRESENTI NELL'OFFERTA DELLE IMPRESE



Il sistema di subfornitura indagato dall'Osservatorio è quello delle attività tecniche e, pertanto, fa riferimento a tre settori principali:

- Meccanica,
- Elettromeccanica ed Elettronica,
- Plastica e gomma.

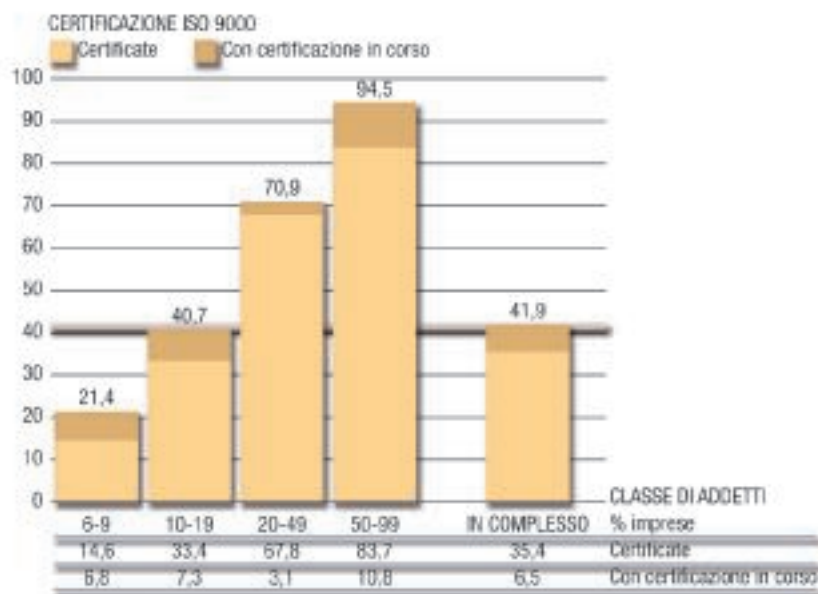
All'interno di questi settori vi è un'ampia gamma di realtà produttive che rendono l'offerta di subfornitura molto articolata sotto il profilo merceologico e delle tecnologie impiegate.

Ponendo l'attenzione sulla sola attività principale svolta da ciascuna impresa emergono, per numerosità di operatori rappresentati, alcune categorie: in primo luogo quella delle lavorazioni per asportazione alla macchina utensile (il 17,8% dei subfornitori), seguita dalle lavorazioni in plastica e gomma (13,5%). Ampiamente rappresentati sono altresì il comparto dei trattamenti di superficie (11,3%), quello della carpenteria metallica (10,6%) e della meccanica di precisione (10%).

Molte aziende svolgono, tuttavia, anche attività diverse e complementari rispetto a quella indicata come principale. Una parte rilevante delle aziende, ad esempio, svolge per i committenti lavori di assemblaggio (per ben il 20% delle imprese è un settore di sbocco secondario), anche se questa attività costituisce il contenuto primario dell'offerta solo in un numero di casi limitato (5,4%).

Molti altri aspetti differenziano e qualificano l'offerta dei subfornitori. Tra questi è di particolare e crescente rilievo la presenza di un sistema qualità certificato. In complesso il 35,4% delle aziende dispone già di una certificazione ISO 9000 ottenuta da organismi terzi; per un altro 6,5% il processo di certificazione è in corso. La presenza di un sistema qualità certificato cresce sensibilmente con l'incremento delle dimensioni aziendali.

IMPRESE CON SISTEMA QUALITÀ CERTIFICATO



Profilo dell'offerta

Nell'ambito della subfornitura tecnica è più frequente incontrare imprese che operano su media serie, in base ad ordini chiusi e che offrono alla committenza un apporto solo esecutivo.

Ampiezza delle serie, tipologia degli ordini e della collaborazione con la committenza modificano, però, sensibilmente il loro profilo al variare delle dimensioni.

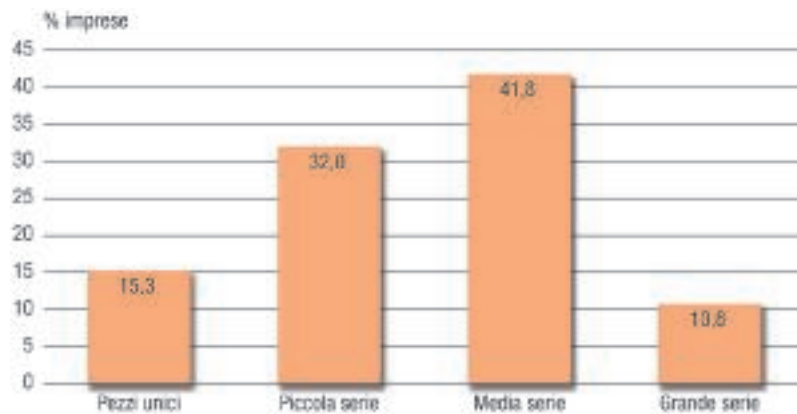
La produzione per pezzi unici e piccola serie è piuttosto rilevante nelle aziende con meno di 10 addetti (rispettivamente 18,5% e 37,2%); al crescere della dimensione aziendale perde progressivamente di importanza per lasciare sempre maggiore spazio alle produzioni di media e anche grande serie.

Il rapporto con la committenza è regolato più frequentemente da ordini chiusi (41,2%), cioè definiti di volta in volta dal committente e non ripetuti; il 31,7% dei subfornitori, invece, opera di norma sulla base di ordini aperti e cioè ripetuti ma a cadenze non regolari o predefinite e solo il 27,1%, infine, può contare su ordini programmati con cadenze predefinite.

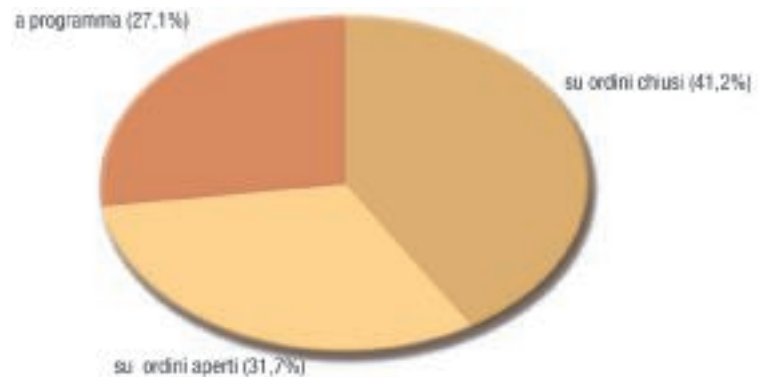
La possibilità di un'organizzazione preventiva della produzione tende ad aumentare al crescere delle dimensioni.

Per quanto concerne la capacità del subfornitore di fornire servizi al committente diversi dalla semplice esecuzione del compito affidato, emergono ancora significativi spazi di miglioramento. Quasi la metà delle imprese, infatti, non va oltre un semplice rapporto di tipo esecutivo. Le imprese che collaborano con il committente in fase di progettazione e di sviluppo di varianti del prodotto sono il 38,3%, mentre ancora ridotta (13,3%) è la quota di imprese che partecipano direttamente alle fasi di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti. La percentuale di imprese che collaborano e partecipano attivamente alla realizzazione dei prodotti cresce al crescere della dimensione aziendale: per le imprese con più di 50 addetti il contributo in ricerca e sviluppo raggiunge il 21,4%.

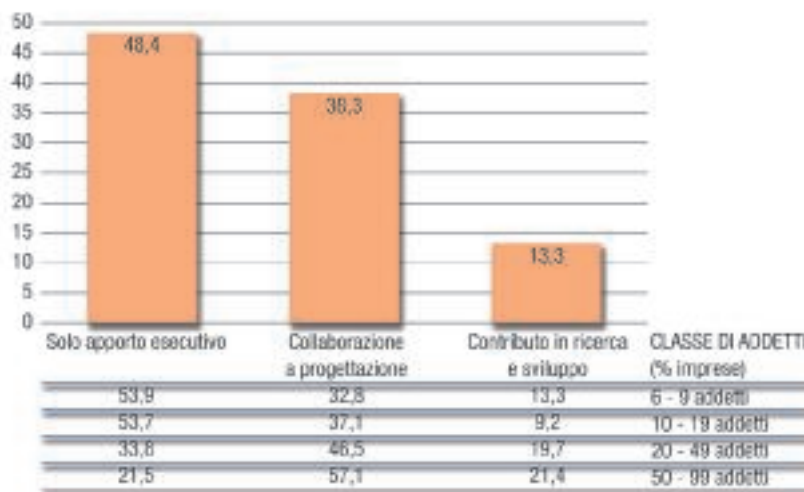
SERIE DI PRODUZIONE



MODALITÀ ORDINI

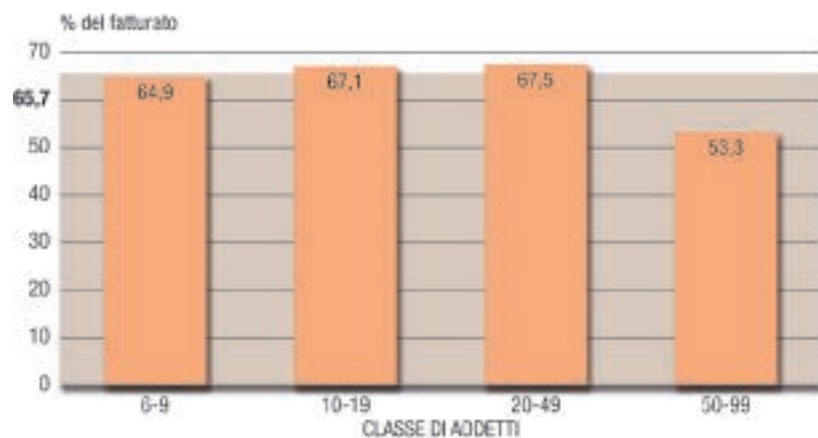


COLLABORAZIONE CON LA COMMITTEZZA

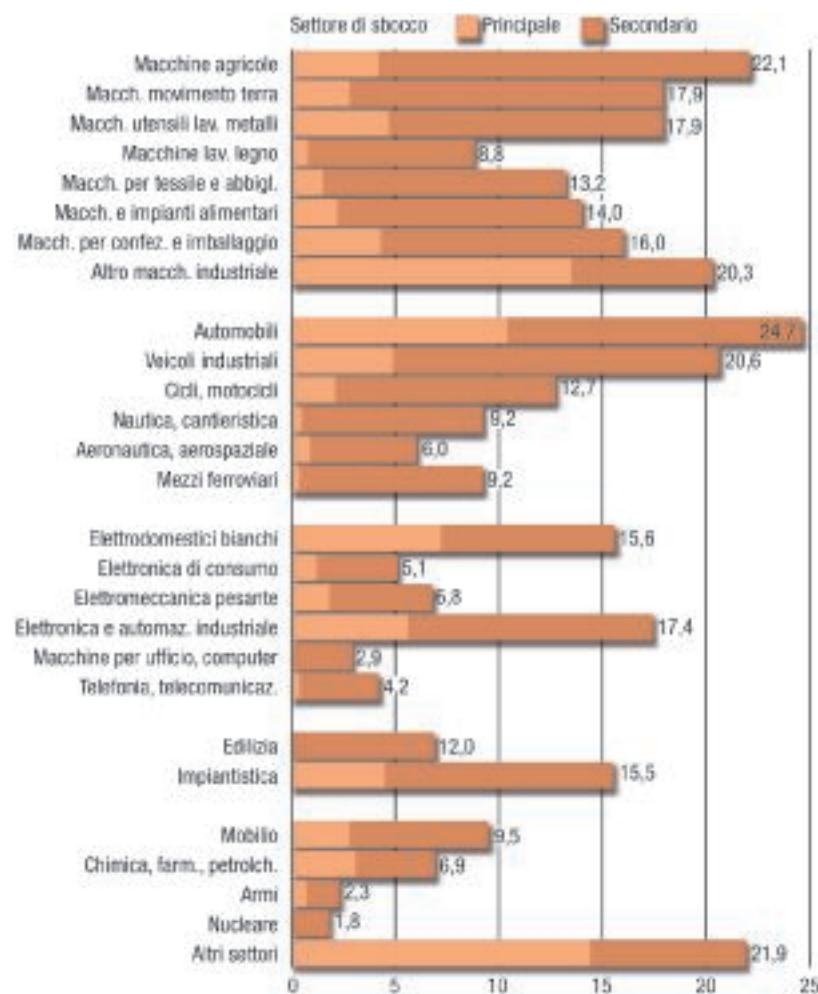


I settori di sbocco

INCIDENZA DEL PRINCIPALE SETTORE DI SBOCCO



SETTORI DI SBOCCO (% imprese)



Le imprese di subfornitura indirizzano la propria offerta verso una molteplicità di settori: ogni azienda ne serve mediamente quattro diversi.

Ciascuna azienda tende tuttavia ad orientare la propria offerta verso un settore di sbocco primario, dal quale ricava una quota consistente del proprio giro di affari (in media il 65,7%), una percentuale piuttosto elevata, ma che in parte si riduce al crescere delle dimensioni aziendali.

Il profilo degli sbocchi non presenta variazioni significative rispetto allo scorso anno.

L'industria verso la quale si indirizza il maggior numero di subfornitori (24,6%) permane quella automobilistica: essa costituisce la componente principale della domanda per il 10,4% dei subfornitori e rappresenta uno sbocco complementare per un altro 14,2%. Più di un'azienda su cinque svolge inoltre attività che hanno come destinazione finale la produzione di veicoli industriali. Il settore automotive complessivamente considerato ha quindi un peso molto rilevante sul mercato della subfornitura tecnica. L'aggregato di settori che genera più frequentemente opportunità di mercato per le aziende è tuttavia costituito dai produttori di macchinario, a cominciare dalle macchine agricole che rappresentano uno sbocco per poco meno di un quarto delle aziende di subfornitura. Rapporti di mercato molto diffusi sono anche generati dalla domanda che ha la sua origine nella produzione delle macchine per il movimento terra, delle macchine utensili per la lavorazione dei metalli, delle macchine per il packaging, o anche nell'alimentare. Ciascuno di questi comparti costituisce un mercato per almeno un'azienda su sei. Molte sono anche le aziende che trovano sbocco nelle attività di tipo elettromeccanico ed elettronico, in particolare nel settore dell'automazione industriale e degli elettrodomestici bianchi.

Aree di mercato

L'area di mercato a cui si rivolge in prevalenza larga parte dei subfornitori continua a rimanere la propria regione di appartenenza. In leggera flessione (69,1% contro il 70,1% della scorsa rilevazione), invece, la quota di fatturato che, in media, le aziende realizzano con i committenti che hanno sede in tale ambito territoriale.

La natura di mercato a breve raggio si accentua peraltro nelle imprese di minore dimensione.

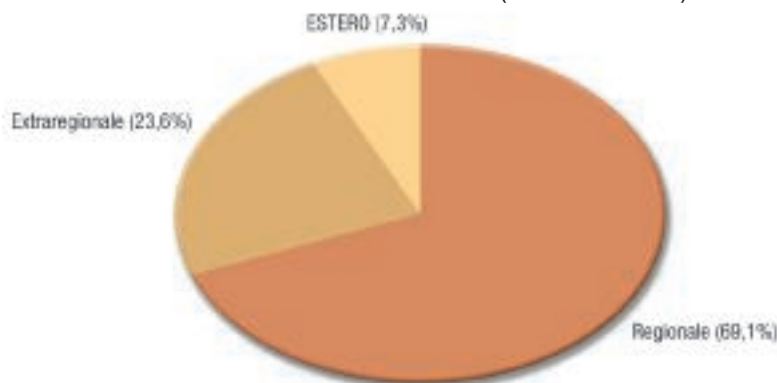
La parte residua del giro d'affari è attivata in larga misura da clienti localizzati in altre regioni italiane (23,6%), mentre il fatturato estero incide mediamente per il 7,3%.

Rispetto allo scorso anno, la quota media esportata è cresciuta (era il 5,9% nel 2004 e il 6,7% nel 2005), anche per effetto di un aumento del numero di imprese esportatrici (dal 33,4% del 2004, al 36,8 del 2005, all'attuale 37,8%).

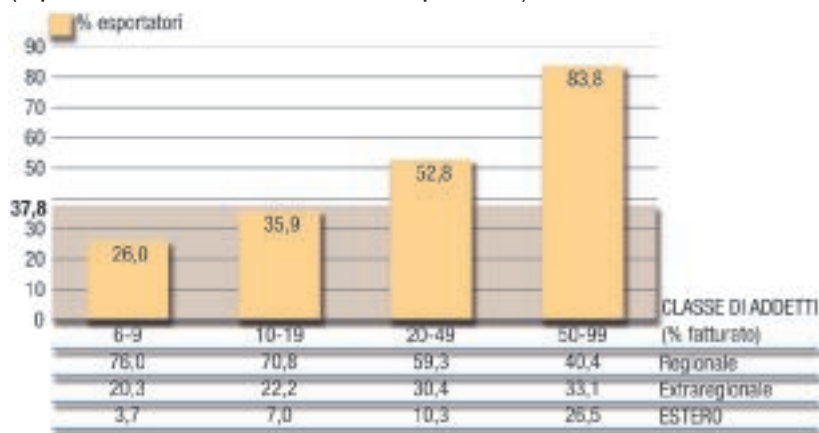
I dati disaggregati confermano il differenziale a vantaggio delle aziende di maggiori dimensioni sia in termini di numerosità relativa di esportatori, sia in termini di contribuzione dell'export al loro giro d'affari. Il peso della domanda estera sul fatturato delle aziende con meno di 20 addetti si attesta, infatti, in media, intorno a poco più del 5%, mentre oltrepassa il 25% tra le aziende con 50 o più addetti.

A livello regionale, Piemonte, Veneto e Friuli Venezia Giulia sono le realtà che contano la più elevata proporzione di aziende attive sul mercato internazionale: più del 44% degli operatori opera con committenti esteri. Il Piemonte è anche la regione in cui la quota media esportata raggiunge i livelli più elevati (9,8%), mentre all'estremo opposto, con valori pari o di poco superiori al 3%, si colloca Emilia-Romagna e Umbria.

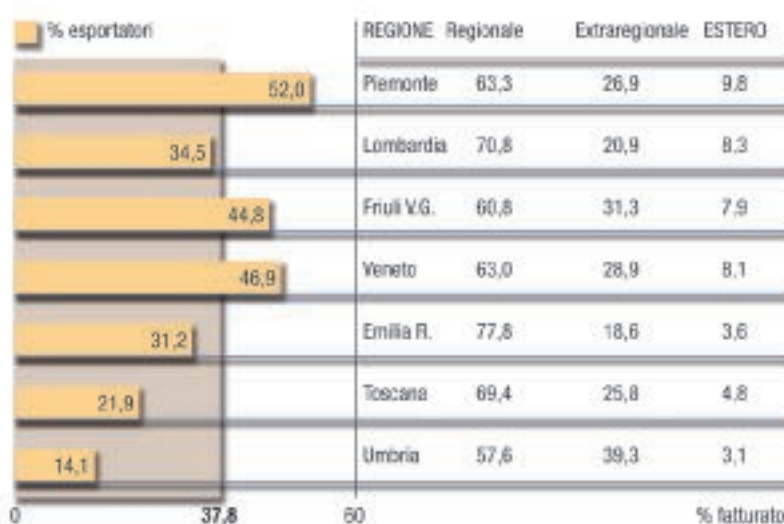
AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA (% del fatturato)



AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA (Ripartizione del fatturato e % di esportatori)

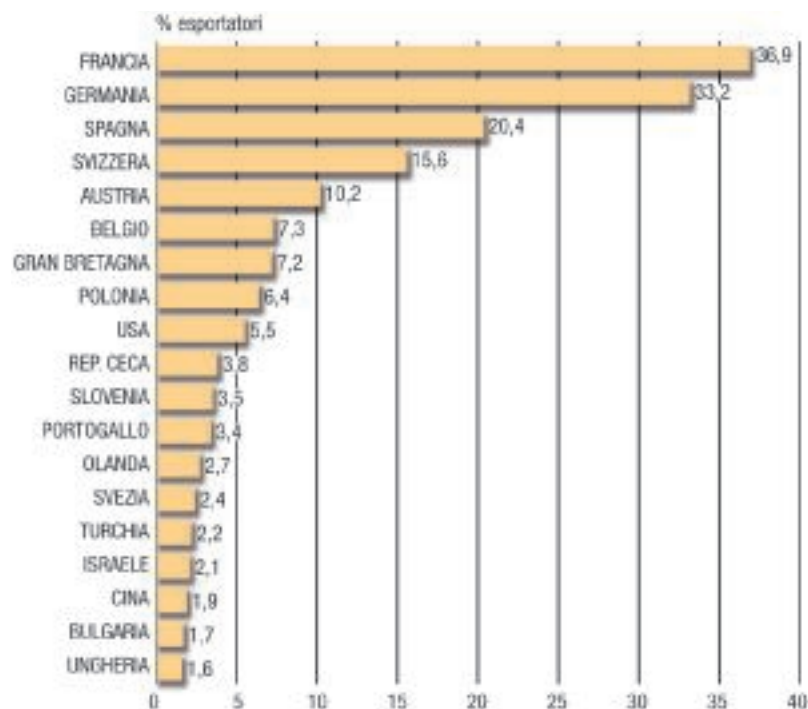


AREE DI MERCATO DELLA SUBFORNITURA (Ripartizione del fatturato e % di esportatori)

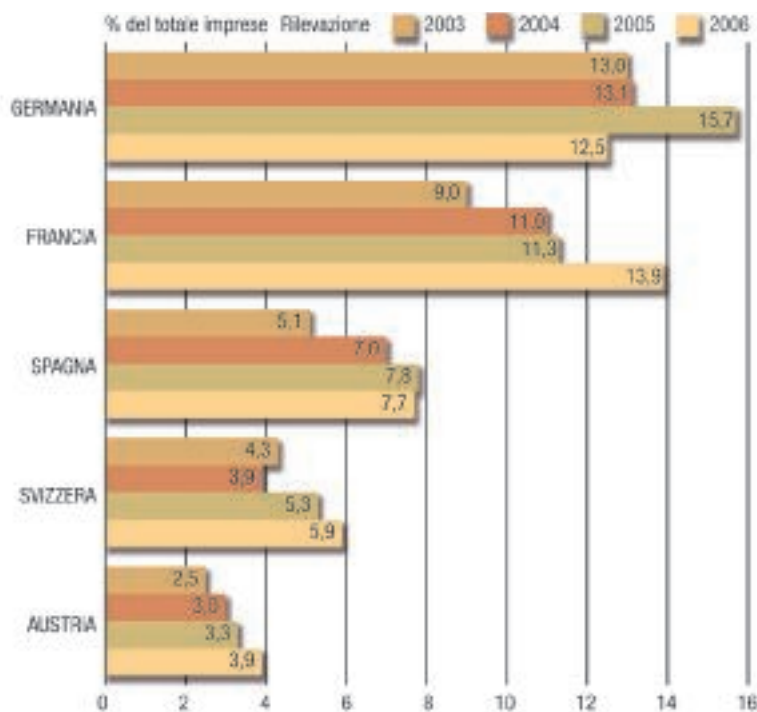


Mercati esteri

MERCATI ESTERI



PRESENZE NEI PRINCIPALI MERCATI



La propensione della subfornitura a privilegiare le relazioni di mercato a corto raggio si manifesta anche nella dimensione internazionale dell'attività. Le imprese presenti sui mercati extraeuropei continuano ad essere in numero molto ridotto; solo gli Stati Uniti, Israele e la Cina compaiono nella graduatoria dei principali paesi acquirenti, peraltro al 9o, 16o e 17o posto, rispettivamente, e coinvolgono una percentuale di esportatori piuttosto limitata.

Nella lista dei mercati esteri che attivano con maggior frequenza rapporti di subfornitura con aziende italiane si collocano nettamente nelle posizioni di testa i mercati di riferimento tradizionali dell'export del nostro paese: Francia e Germania, verso i quali si indirizza l'attività del 36,9% e del 33,2% delle ditte esportatrici. Se si considera che la quota complessiva delle aziende esportatrici corrisponde a poco più di un terzo del totale, si può rilevare che la committenza francese e quella tedesca offrono opportunità di mercato ad almeno un subfornitore su dieci.

La graduatoria dei paesi verso i quali si orientano le imprese italiane di subfornitura tecnica si modifica rispetto allo scorso anno: in prima posizione si colloca la Francia al posto della Germania che quest'anno la segue a ruota, l'Austria e il Belgio scavalcano poi la Gran Bretagna che lo scorso anno si trovava in quinta posizione. Al terzo posto mantiene la propria collocazione la Spagna, che precede, la Svizzera.

L'area dell'allargamento ad Est della UE, considerata nel suo complesso, rappresenta ormai un mercato per almeno un esportatore su dieci. Accanto alla Polonia, che si conferma all'ottavo posto tra i mercati esteri, anche Repubblica Ceca, Slovenia e Ungheria assumono un ruolo di un certo rilievo.

I risultati del 2005

Nel corso del 2005 l'attività delle imprese di subfornitura tecnica ha registrato, nel suo insieme, una sostanziale tenuta. L'indice calcolato a saldo (+19,5) sintetizza l'andamento fondamentalmente positivo con il quale si è chiuso l'ultimo esercizio.

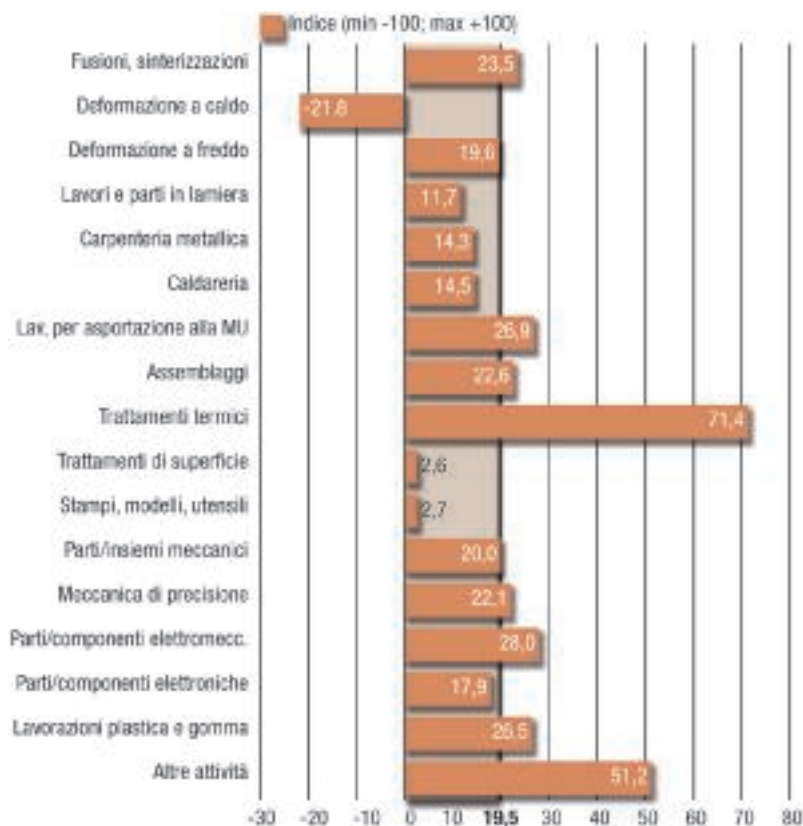
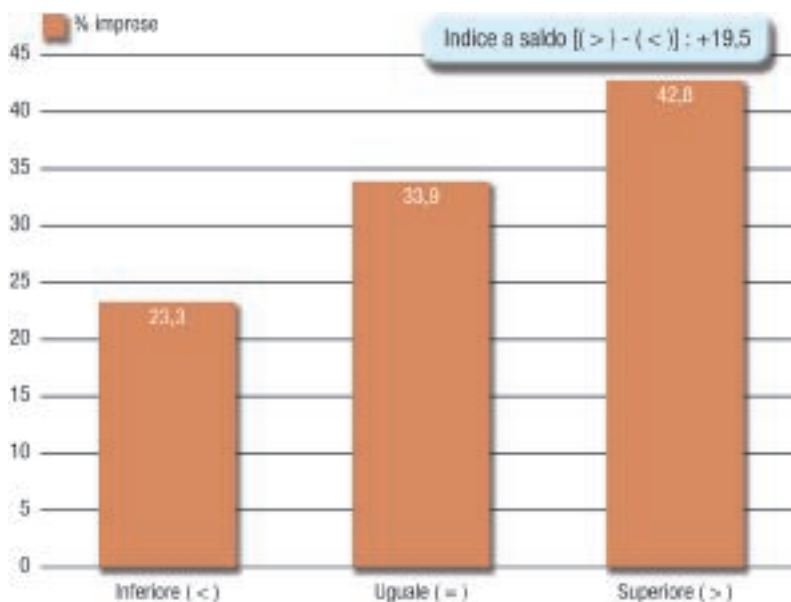
Le imprese che nel 2005 hanno potuto realizzare incrementi dell'attività sono, infatti, il 42,8% contro il 23,3% di subfornitori che, invece, hanno subito una contrazione dei loro livelli di attività rispetto al 2004. Le imprese rimanenti (33,9% del totale), nel 2004 hanno mantenuto i loro livelli di attività allineati con quelli dell'anno precedente.

Con il 2005 prosegue il trend positivo evidenziato nella scorsa rilevazione. Dopo il rallentamento avvenuto nel 2001, la stasi che aveva caratterizzato il 2002 e il calo fatto registrare nel 2003, negli ultimi due anni l'indice è tornato a crescere e ad attestarsi su valori positivi.

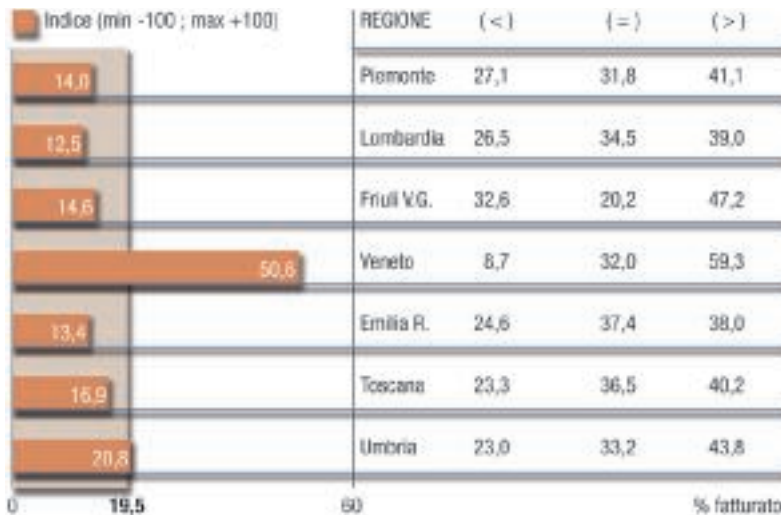
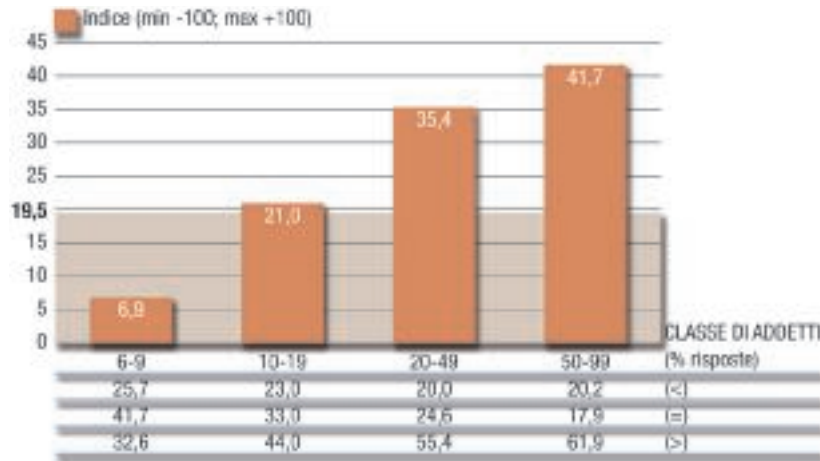


L'andamento favorevole dell'attività contraddistingue, sia pure in misura differenziata, la quasi totalità dei comparti, con punte accentuate per le aziende che operano nei trattamenti termici. Di segno positivo, anche se con valori assoluti più contenuti, sono anche gli andamenti

ANDAMENTO DELL'ATTIVITA' 2005 RISPETTO AL 2004



ANDAMENTO DELL'ATTIVITA' 2005 RISPETTO AL 2004



ANDAMENTO DELL'ATTIVITA' - SERIE STORICA



che si registrano nei comparti dove si concentra una quota particolarmente rilevante dell'offerta: lavorazioni alla macchina utensile, carpenteria metallica e meccanica di precisione. L'unico comparto che mantiene il segno meno è quello dei processi di deformazione a caldo; in esso prevalgono le aziende che nel 2005 hanno visto diminuire il livello della loro attività.

A guidare la dinamica positiva nel 2005 sono, in primo luogo, le aziende con 50 o più addetti: in questo ambito gli operatori che hanno evidenziato un calo dell'attività sono soltanto il 20,2%, contro il 61,9% che ha invece registrato una situazione in crescita.



Anche al di sotto della soglia dei 50 addetti la tendenza si mantiene comunque positiva, ma in questo caso appare più ampia (25,7%) la quota di operatori per i quali il 2005 ha significato un'ulteriore contrazione dell'attività.

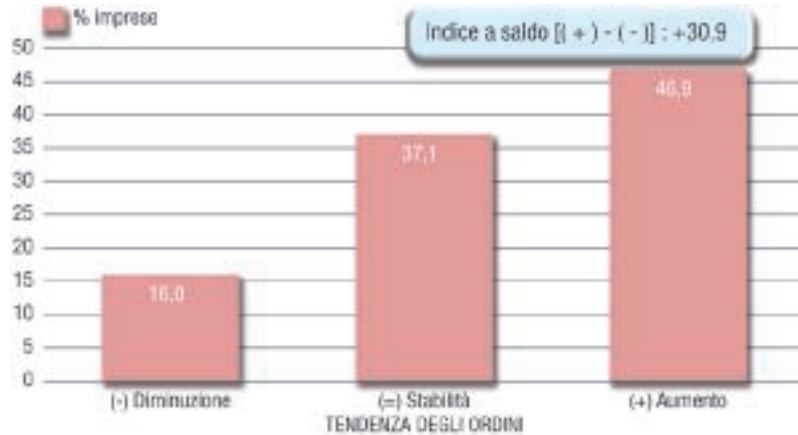
I consuntivi del 2005 appaiono di segno positivo in tutte le regioni considerate dall'Osservatorio. Da segnalare il dato del Veneto dove l'indice +50,6% traduce il fatto che ben oltre la metà delle aziende (59,3%) ha fatto registrare un miglioramento dei livelli di attività.

Gli ordini nel 2006

La situazione degli ordini ricevuti dalle imprese, rilevata a metà del 2006 e confrontata con quella in essere nello stesso periodo dell'anno precedente, evidenzia un netto miglioramento del quadro di mercato:

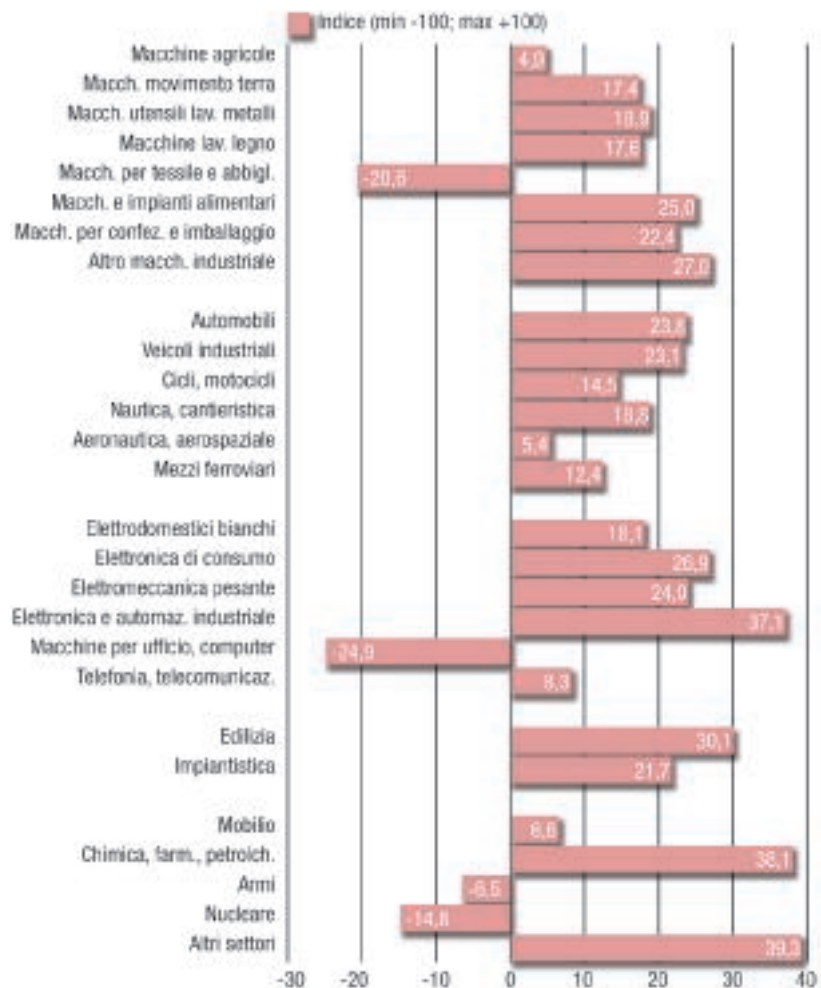
- su 100 aziende, ben 47 hanno un portafoglio ordini superiore a quello dello scorso anno, mentre sono solo 16 quelle che registrano ordini in calo;
- l'indice, calcolato a saldo, che riassume l'evoluzione degli ordini, è pertanto positivo (+30,9). Un andamento decisamente positivo dal momento che l'indice 2005 era pari a -13,6.

TENDENZA DEGLI ORDINI RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELL'ANNO PRECEDENTE

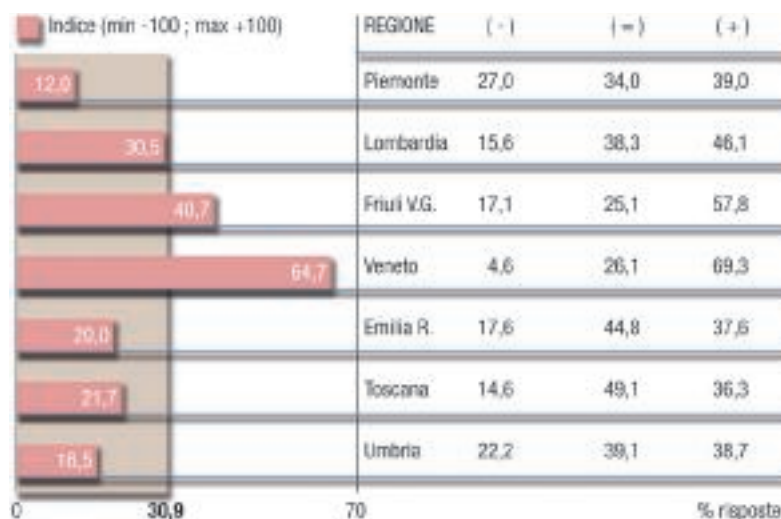
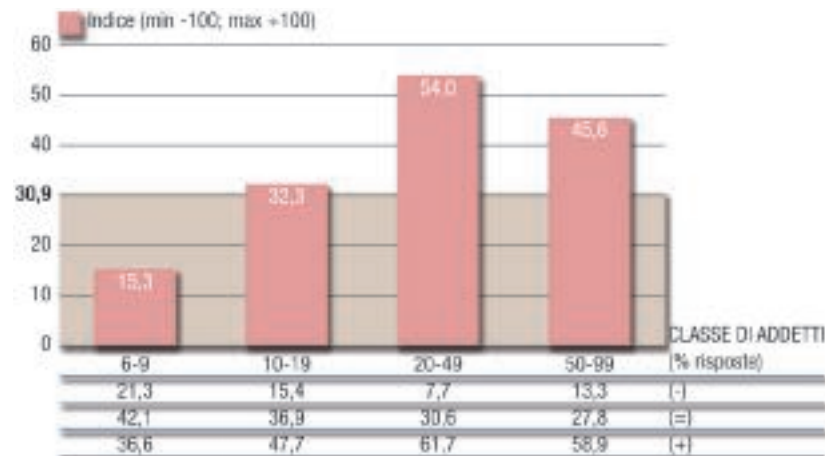


Il trend che caratterizza gli ordini a metà del 2005 è la risultante di un incremento della domanda che proviene da quasi tutti i settori che alimentano il mercato della subfornitura tecnica. Particolarmente accentuato è l'aumento degli ordini che provengono dalla chimica, farmaceutica e petrolchimica ed elettronica e automazione industriale. Fortemente positivo è anche il dato della domanda che proviene dall'edilizia, dall'elettronica di consumo e macchine e impianti alimentari.

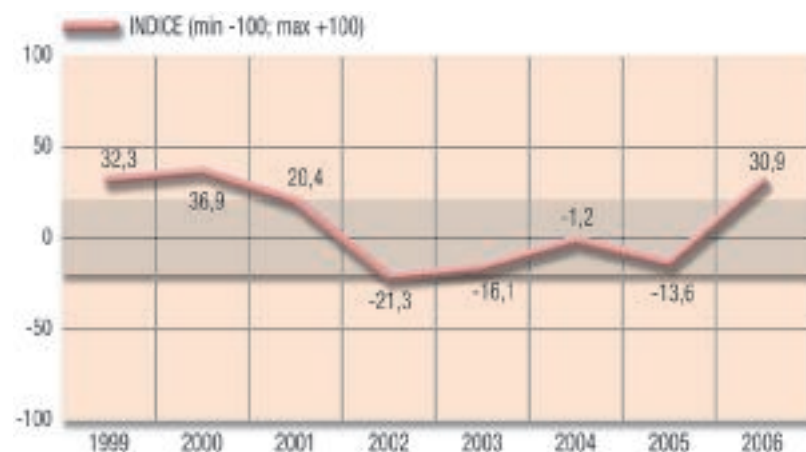
TENDENZA DEGLI ORDINI PER SETTORE DI SBOCO



TENDENZA DEGLI ORDINI RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DELL'ANNO PRECEDENTE



ANDAMENTO DEGLI ORDINI - SERIE STORICA



Osservatorio Subfornitura 2006

Di segno fortemente negativo, invece, l'andamento degli ordini che fanno capo alla produzione di macchine per ufficio, computer e macchine per tessile e abbigliamento.

L'andamento in aumento degli ordini riguarda principalmente le aziende con più di 20 addetti, dove l'indice che sintetizza il trend degli ordini ha il suo picco positivo; in questa fascia dimensionale le aziende con un portafoglio ordini superiore a quello dello stesso periodo dell'anno precedente sono ben il 61,7% del totale. L'andamento favorevole della domanda contraddistingue anche le



aziende di media dimensione: al di sopra dei 50 addetti le situazioni di ordini in aumento superano il 50% del totale (58,9%).

Analizzando i dati su base territoriale si osserva che il profilo positivo assunto dall'evoluzione del portafoglio ordini caratterizza tutte le realtà regionali anche se con diversa intensità. L'andamento degli ordini si presenta particolarmente positivo per i subfornitori del Veneto (+64,7) e del Friuli Venezia Giulia (+40,7).

La provenienza degli ordini

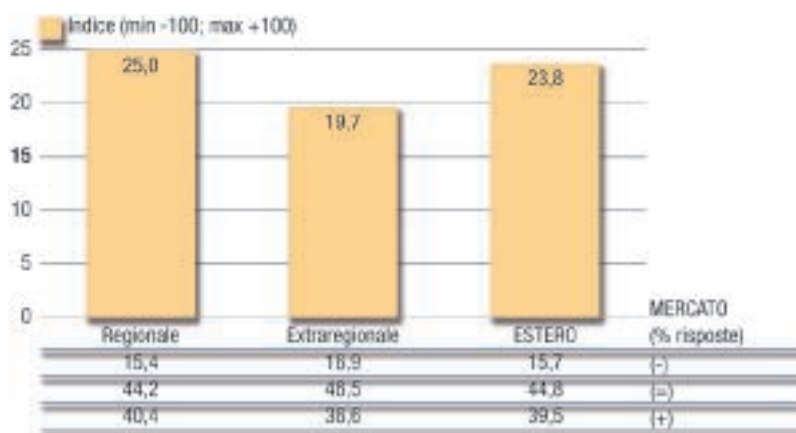
Il prevalere di situazioni che evidenziano un portafoglio ordini complessivo in espansione è certamente da ascrivere in buona misura all'evoluzione della domanda interna. A metà del 2006, infatti, le aziende fanno registrare ordini tendenzialmente in aumento sia da parte dei committenti della propria regione, sia da parte di quelli localizzati nel resto del territorio nazionale. A questo si aggiunge il trend, anch'esso positivo, che contraddistingue gli ordini dall'estero.

Le imprese che hanno maggiormente risentito dell'aumento degli ordini provenienti dalla committenza locale sono quelle del Veneto. Il Piemonte, invece, ha potuto contare su un portafoglio ordini regionale contraddistinto da un aumento più contenuto. Tutte le altre regioni si posizionano su una fascia di indici che va da +17,2 a +23.

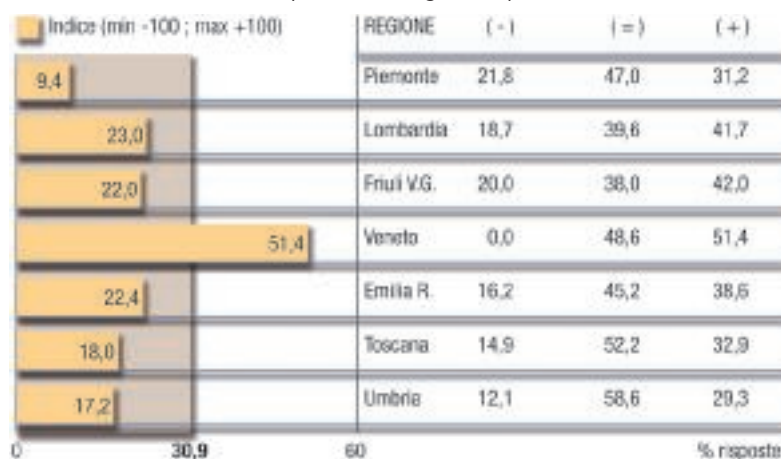


Per quanto riguarda la componente estera della domanda, l'evoluzione degli ordini mostra un trend positivo particolarmente marcato per i subfornitori del Veneto, della Lombardia e del Piemonte. All'opposto l'indice che sintetizza l'andamento degli ordini di provenienza estera assume valori negativi nel caso dell'Umbria (-3,7).

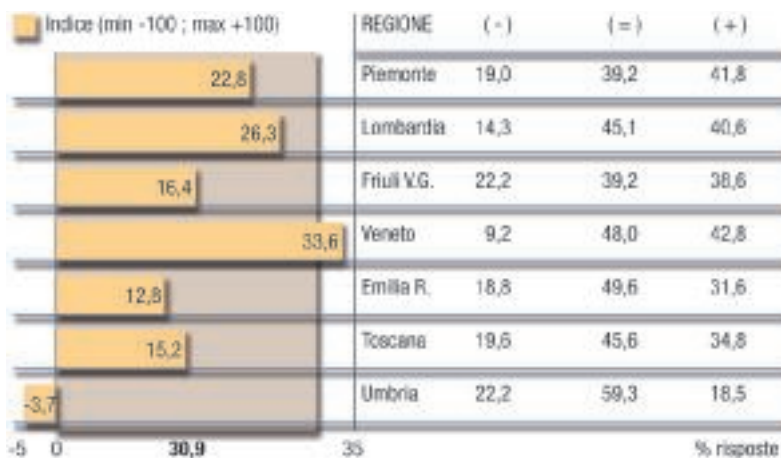
TENDENZA DEGLI ORDINI PER AREA DI MERCATO



TENDENZA DEGLI ORDINI (mercato regionale)

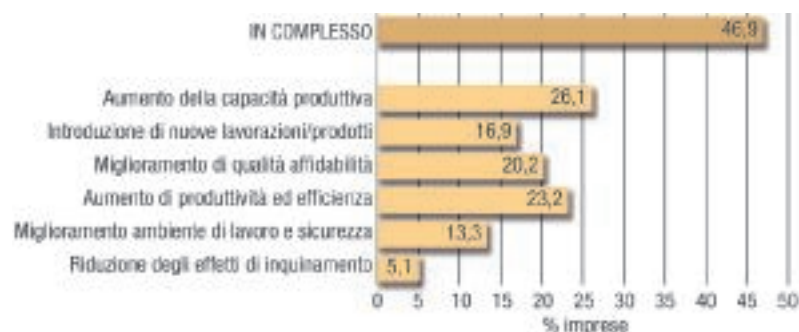


TENDENZA DEGLI ORDINI (mercato estero)

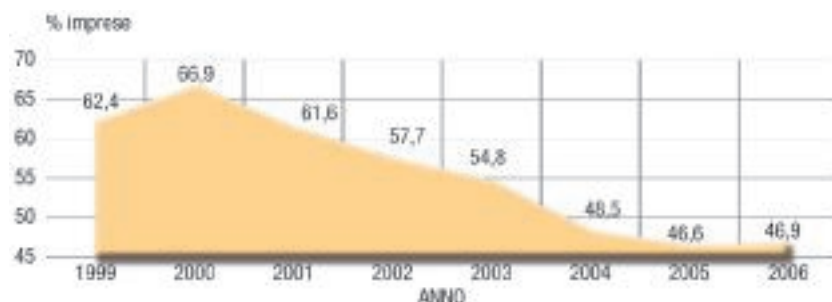


Programmi di investimento

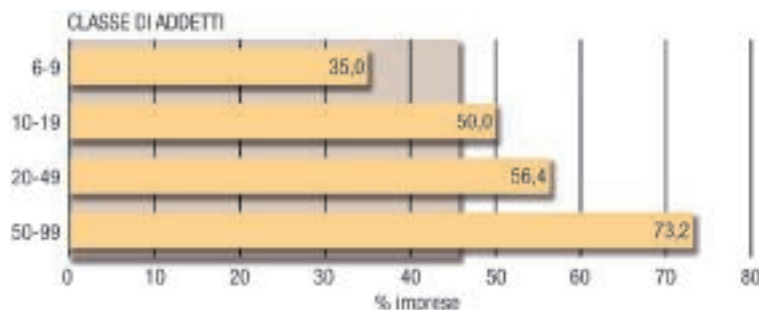
INVESTIMENTI IN CORSO



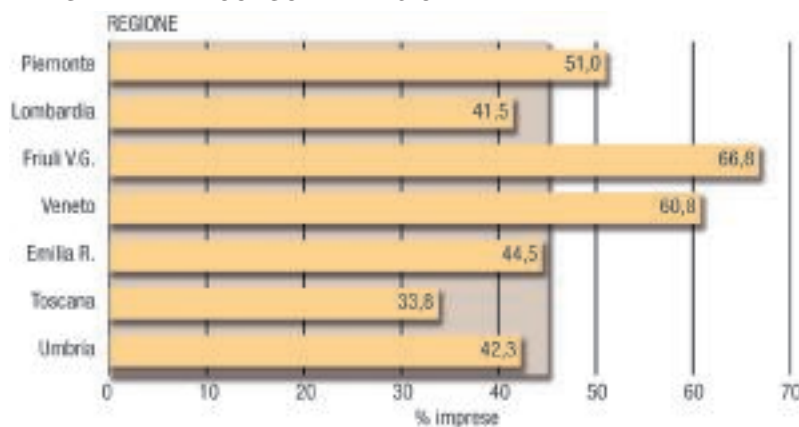
INVESTIMENTI IN CORSO - Serie storica



INVESTIMENTI IN CORSO PER CLASSE DI ADDETTI



INVESTIMENTI IN CORSO PER REGIONE



Segnali chiaramente positivi con i quali sta evolvendo la domanda nel 2006 non si riflettono però sui programmi di investimento delle imprese.

Le aziende che dichiarano di avere significativi programmi di investimento in corso sono, infatti, solo il 46,9%, con un lievissimo incremento rispetto al 46,6% rilevato nel 2005; è ormai il sesto anno consecutivo che l'Osservatorio registra un costante calo della propensione a investire, con un assestamento su cifre sempre più distanti dal picco (66,9%) che si era registrato nel 2000.

L'arresto degli investimenti sembra incidere negativamente e in misura più marcata sulle iniziative destinate ad aumentare la produttività e l'efficienza (la quota di imprese impegnate su questo fronte si è ridotta in un anno di più di 3 punti percentuale), a migliorare la qualità e l'efficienza e l'ambiente di lavoro e la sicurezza. Sostanzialmente il linea con il dato relativo al 2005, la percentuale di operatori che investono per aumentare la capacità produttiva (26,1%), introdurre nuove lavorazioni/prodotti (16,9%) e ridurre gli effetti di inquinamento (5,1%).

Come negli anni precedenti, la propensione ad investire cresce al crescere delle dimensioni. Infatti, la quota di aziende con programmi di investimento in corso sale, infatti, dal 35% delle aziende con meno di 10 addetti passando per il 50% di quelle con 10-50 addetti per arrivare ad oltre il 70% di chi conta più di 50 addetti, fascia in cui si registrano di anno in anno continui incrementi. A livello territoriale, le regioni dove la proporzione di aziende che investono risulta più elevata sono il Friuli Venezia Giulia (66,8%) e il Veneto (60,8%). Mentre il Friuli Venezia Giulia si è mantenuto sui livelli dello scorso anno, il Veneto e anche l'Emilia Romagna hanno registrato un incremento degli investimenti rilevante. All'estremo opposto si colloca la Toscana dove il 33,5% ha effettuato investimenti.

Logistica approvvigionamenti, produzione, distribuzione



A partire dallo scorso decennio, in un contesto economico caratterizzato dalla crescente complessità degli scambi, la pianificazione dei processi e l'organizzazione e gestione di attività mirate ad ottimizzare il flusso di materiali, hanno assunto un'importanza strategica.

Oggi, soprattutto in funzione della creazione e del mantenimento di un possibile vantaggio competitivo, si attribuisce alla logistica un ruolo fondamentale e, sempre più spesso, è considerata un'attività di punta all'interno dell'impresa, alla quale viene conferito un ruolo centrale di coordinamento.

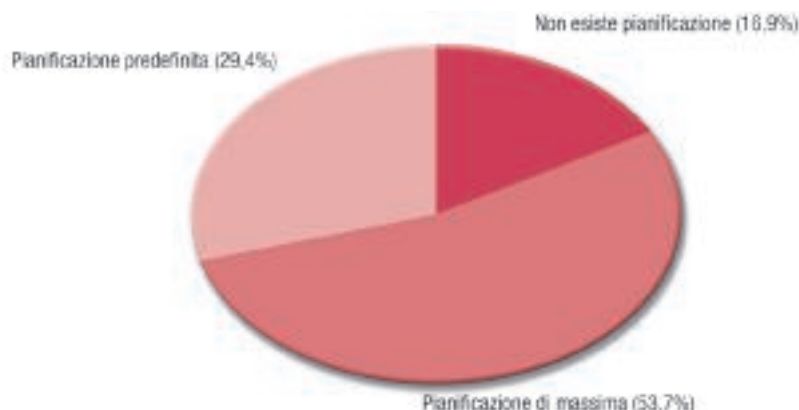
Il fulcro della logistica è pianificare e coordinare tutte le attività necessarie, dalla gestione delle materie prime fino alla consegna del prodotto finito, per raggiungere il livello di servizio desiderato al minor costo possibile. La logistica, nella sua accezione più ampia, si presenta, di fatto, come anello di congiunzione tra il mercato e l'ambiente operativo dell'azienda.

Proprio per queste ragioni, è opportuno chiedersi come si pongono le imprese di subfornitura nei confronti di un insieme di attività così rilevanti per il successo azien-

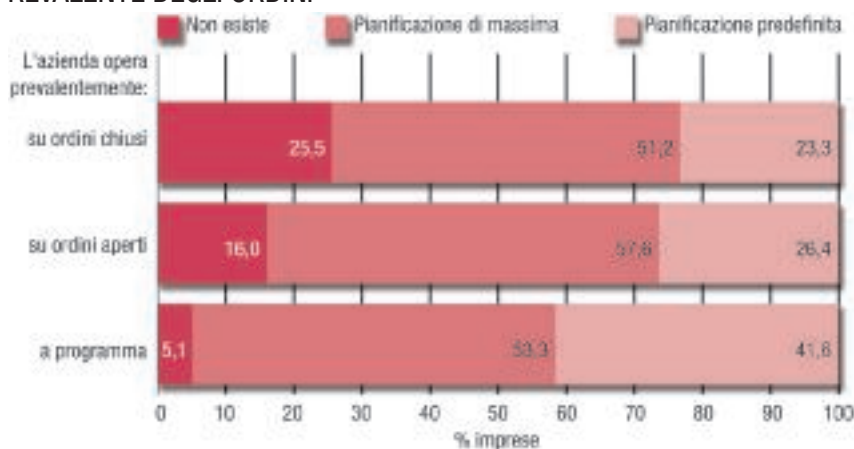
dale. L'edizione 2006 dell'Osservatorio si propone di offrire un panorama del contesto. Il tema viene affrontato esaminando distintamente gli aspetti legati alla logistica degli approvvigionamenti, vale a dire della gestione dei rifornimenti di materie prime e componenti necessari allo svolgimento dei processi produttivi, alla logistica interna, che abbraccia le attività presenti all'interno degli stabilimenti di produzione e a quella distributiva, tesa ad ottimizzare la distribuzione dei prodotti finali. Oltre alla fotografia della situazione esistente, l'indagine offre un quadro dei possibili orientamenti futuri.

Organizzazione dell'attività

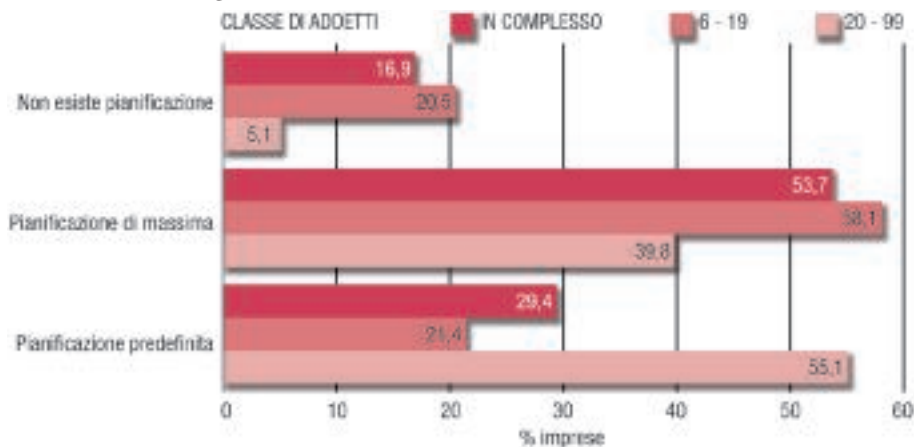
PIANIFICAZIONE DELLA PRODUZIONE



PIANIFICAZIONE DELLA PRODUZIONE IN RELAZIONE ALLA MODALITÀ PREVALENTE DEGLI ORDINI



PIANIFICAZIONE DELLA PRODUZIONE PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE



L'ambito della logistica attraversa tutta l'organizzazione aziendale, dalla gestione delle materie prime fino alla consegna del prodotto finito ed è pertanto utile, prima di esaminare come le imprese di subfornitura affrontano i problemi riguardanti la logistica interna e la logistica distributiva, considerare brevemente alcuni aspetti che possono condizionare le attività logistiche e che non vengono di norma presi in esame nell'ambito dell'Osservatorio.

In primo luogo si osserva che tra le imprese di subfornitura tecnica non è trascurabile il numero di coloro che opera sulla base di una pianificazione predefinita della produzione: un'impresa su tre ricorre a strumenti di logistica appositamente predisposti per il coordinamento delle diverse fasi. A queste si aggiunge un altro 53,7% che, pur non utilizzando strumenti formali e standardizzati, opera comunque sulla base di una pianificazione di massima.

La presenza di imprese che coordinano e gestiscono le diverse fasi della produzione secondo procedure specifiche è più frequente tra coloro che operano prevalentemente sulla base di programmi concordati con i committenti, mentre diminuisce sensibilmente sia tra i subfornitori che operano principalmente su ordini aperti, ripetuti ma non programmati, sia tra quelli che operano su ordini chiusi. L'utilizzo di strumenti di logistica appare, ovviamente, più diffuso tra le imprese al di sopra dei 20 addetti, anche se non è trascurabile il numero di imprese minori che operano sulla base di una pianificazione predefinita della produzione. Tra le aziende con meno di 20 addetti, comunque, sono prevalenti i casi dove non esiste un coordinamento formale delle varie fasi produttive.

Sul versante dei flussi in entrata di materiali prevalgono le situazioni in cui gli approvvigionamenti avvengono senza una pianificazione predefinita, ma in base alle esigenze di produzione.

Il rifornimento regolare del magazzino non è una modalità di comportamento particolarmente diffusa neanche tra le imprese dove l'ampiezza prevalente della produzione è la grande serie, sebbene si osservi una relazione diretta tra ampiezza della serie e quota di subfornitori che si approvvigionano a scadenze fisse secondo un calendario concordato con i loro fornitori.

L'area di approvvigionamento di riferimento è il contesto regionale da dove proviene mediamente il 71% delle forniture, mentre il 26% proviene da altre regioni italiane ed il restante 3% è acquistato all'estero.

Anche per i flussi in uscita, una pianificazione che preveda consegne ad intervalli regolari concordati con il cliente è poco frequente: è presente solo in poco meno di un quarto delle aziende. Emerge, piuttosto, una tendenza ad adeguarsi di volta in volta alle esigenze del committente.

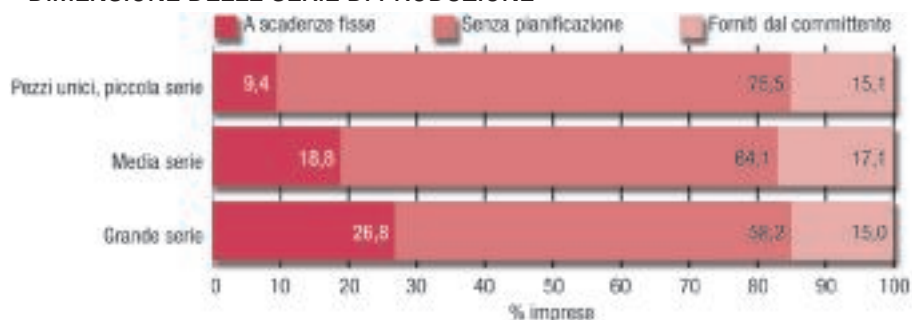
La consegna dei prodotti avviene sia con mezzi propri o del committente sia attraverso l'utilizzo di vettori terzi: circa metà delle imprese subfornitrici è attrezzata per consegnare con un proprio mezzo i prodotti o le lavorazioni realizzate; più di un terzo si rivolge a vettori terzi, in modo esclusivo o come affiancamento alle consegne fatte in proprio; un altro terzo si avvale invece di vettori indicati dal committente ed una quota leggermente più alta può contare sul ritiro dei prodotti direttamente da parte del committente. I vettori terzi a cui i subfornitori fanno ricorso sono in primo luogo società di spedizioni e, secondariamente, piccoli corrieri.

Da osservare che solo poche imprese si appoggiano per le consegne a società di servizi integrati di logistica. La disponibilità di mezzi propri per le consegne non presenta differenze significative tra imprese grandi e piccole, mentre l'impiego di vettori terzi, scelti dal subfornitore o dal committente, appare più diffuso tra le imprese al di sopra della soglia dei 20 addetti.

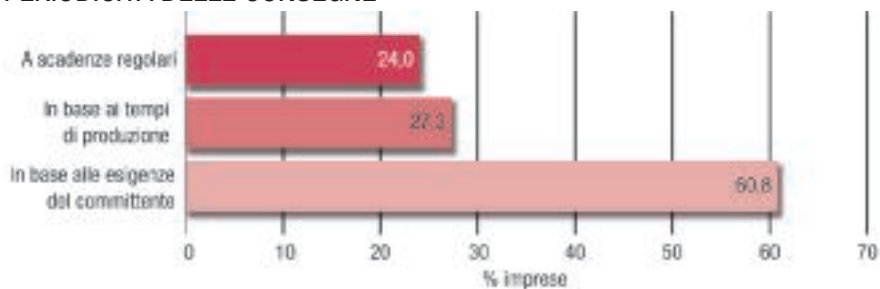
PERIODICITÀ DEGLI APPROVVIGIONAMENTI



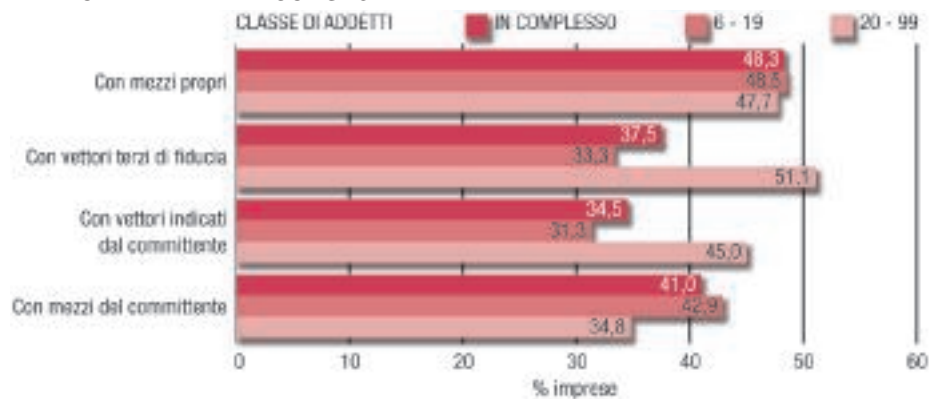
PERIODICITÀ DEGLI APPROVVIGIONAMENTI IN RELAZIONE ALLA DIMENSIONE DELLE SERIE DI PRODUZIONE



PERIODICITÀ DELLE CONSEGNE

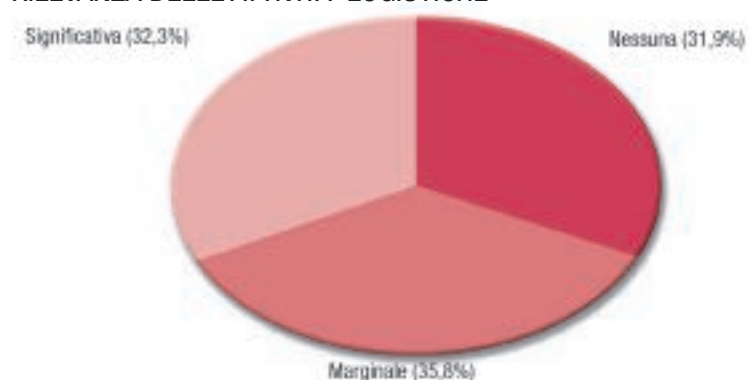


MODALITÀ DELLE CONSEGNE

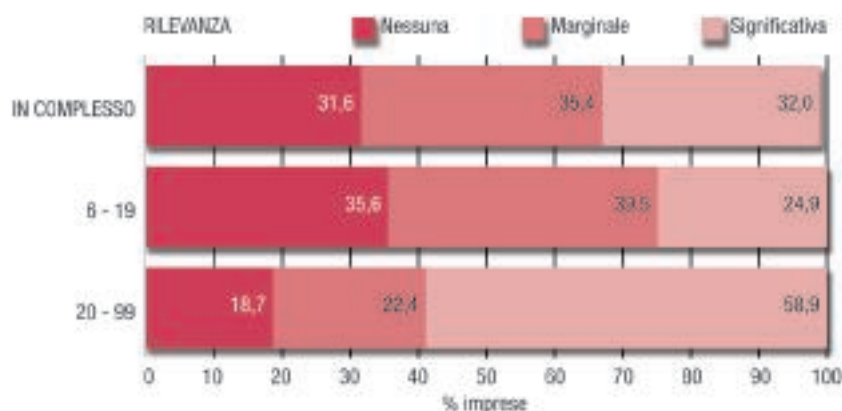


Rilevanza delle attività logistiche

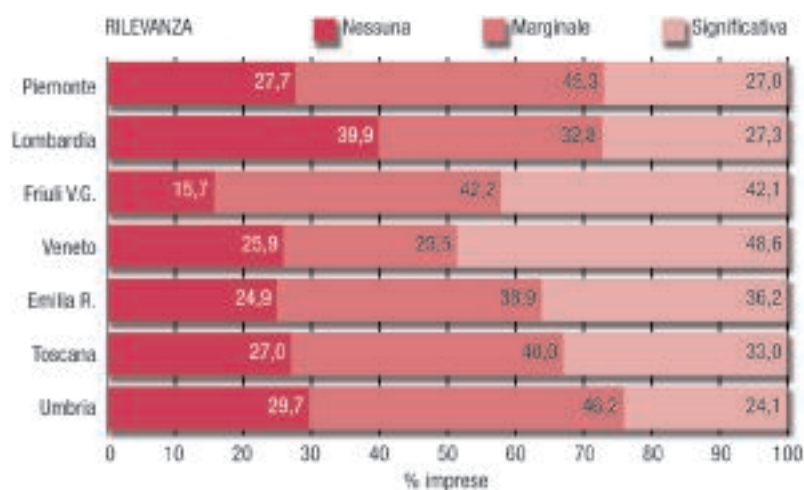
RILEVANZA DELLE ATTIVITA' LOGISTICHE



RILEVANZA DELLA LOGISTICA PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE



RILEVANZA DELLA LOGISTICA PER REGIONE



Dopo aver chiesto ai subfornitori di indicare come è organizzata la produzione e quale sono la periodicità e le modalità dei flussi in entrata ed in uscita dei materiali e prodotti, è stato chiesto di indicare quale rilevanza assumono attualmente le attività di logistica all'interno della loro azienda. Le risposte raccolte hanno fatto emergere come l'atteggiamento verso questo tipo di attività si orienti, con una intensità quasi simile, su tre direzioni: un terzo delle imprese attribuisce alla logistica una rilevanza significativa, per un altro terzo la logistica è un fattore al momento marginale e il restante terzo, invece, ritiene che la logistica non abbia alcuna importanza per la loro azienda.

Questo quadro d'insieme è però la risultante di situazioni diverse che risentono delle dimensioni aziendali. Oltre la soglia dei 20 addetti si osserva, infatti, una elevata presenza di imprese (58,6%) che considerano le attività logistiche molto importanti per gestire la loro attività, consentendo di razionalizzare le varie fasi del lavoro, contenere i costi e rendere un miglior servizio al cliente. Per contro, meno di un'impresa su cinque ritiene di non avere alcun vantaggio dall'introduzione di strumenti di pianificazione e coordinamento. Le imprese con meno di 20 addetti appaiono, invece, ancora poco interessate ad una razionalizzazione e pianificazione dei flussi di input, di output e di circolazione interna di materiali, semilavorati e prodotti.

La presenza di imprese dove le attività connesse alla logistica assumono una rilevanza significativa è più accentuata nel Veneto ed in Friuli Venezia Giulia, peraltro regioni dove è elevata la propensione ad investire, mentre, all'opposto, in Lombardia si riscontra la percentuale più elevata di aziende che attualmente non hanno predisposto alcun intervento in questo campo.

Ricorso a servizi esterni per la gestione delle attività logistiche

Con le aziende dove le attività connesse alla logistica assumono una qualche rilevanza, significativa o anche solo marginale, si è approfondito il tema affrontando sia gli aspetti relativi alle modalità con cui operano sia dei costi relativi.

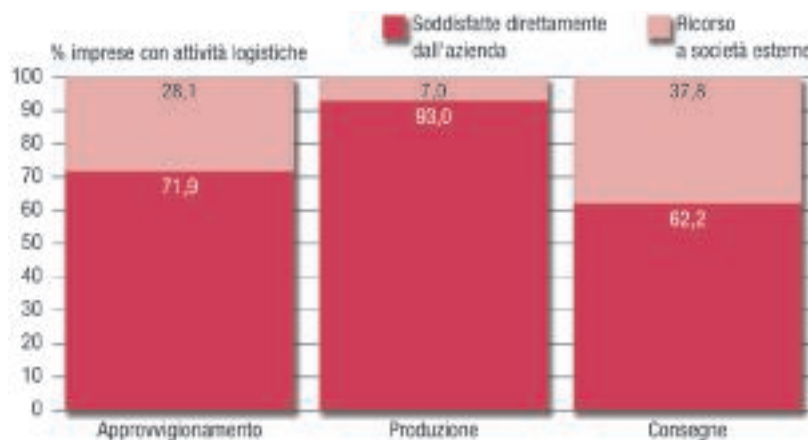
In primo luogo si osserva che le esigenze di logistica, quali ad esempio i trasporti, la gestione del magazzino, il sistema informatico di controllo, molto spesso sono soddisfatte direttamente dall'azienda, specialmente per quel che riguarda le varie fasi della produzione: solo un 7% fa ricorso a società esterne a cui affida completamente, o almeno in parte, la gestione delle attività logistiche interne.

Il ricorso a società esterne assume un certo rilievo solo per la movimentazione dei materiali e dei prodotti in uscita verso i committenti, sebbene la maggioranza dei subfornitori (62,2%) si occupi direttamente anche di questa fase. Nel caso degli approvvigionamenti l'intervento di terzi è richiesto dal 28,1% delle imprese, mentre il restante 71,9% se ne fa carico direttamente.

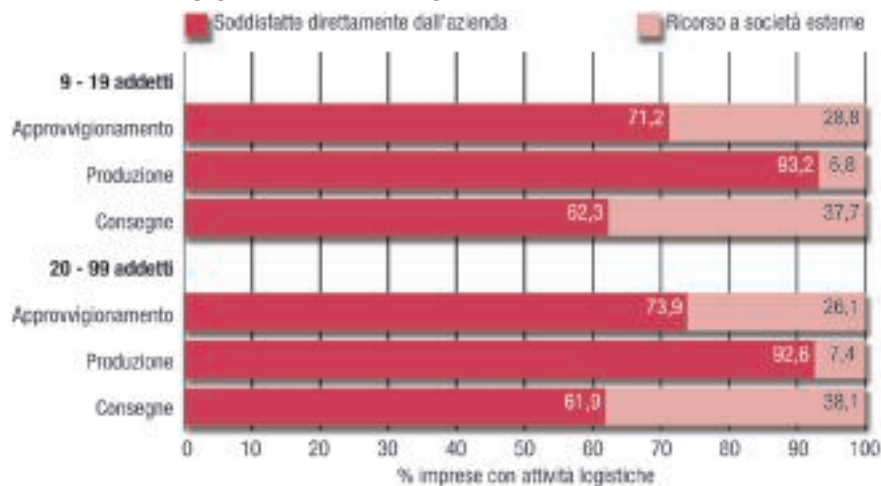
La tendenza a rispondere direttamente alle diverse esigenze non si modifica al variare delle dimensioni delle imprese.

All'interno dell'impresa la funzione logistica spesso è affidata a soggetti responsabili di altre funzioni direttamente connesse con la movimentazione, interna od esterna, dei materiali: più frequentemente la gestione delle attività logistiche viene affidata al responsabile della produzione e, in seconda battuta, al responsabile degli acquisti e/o delle vendite. Non è comunque trascurabile il numero di imprese in cui è presente una figura appositamente incaricata di seguire tutte le attività connesse ai flussi dei materiali: un responsabile specificatamente addetto alla logistica è presente nel 18,8% delle aziende dove attualmente tale attività è presente in qualche misura, ovvero nel 13% circa del totale delle imprese di subfornitura.

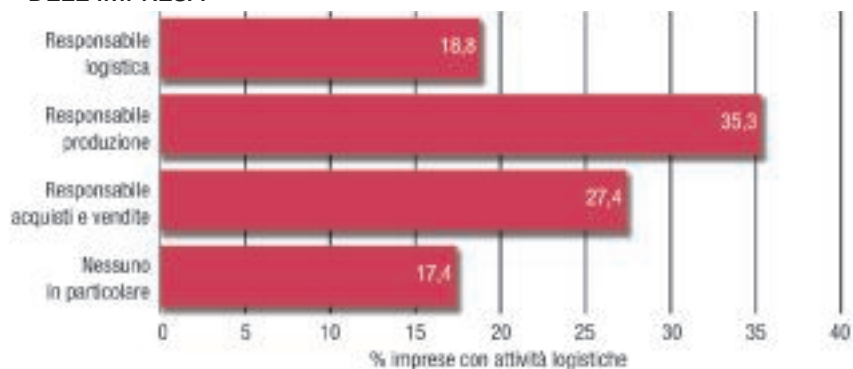
RISPOSTA ALLE ESIGENZE DI LOGISTICA



RISPOSTA ALLE ESIGENZE DI LOGISTICA PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE

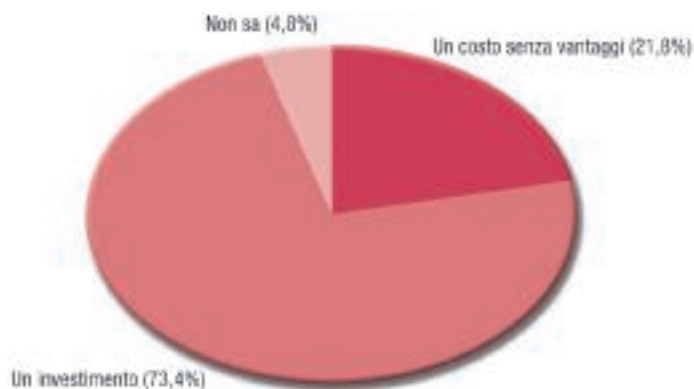


SOGGETTI RESPONSABILI DELLA LOGISTICA ALL'INTERNO DELL'IMPRESA

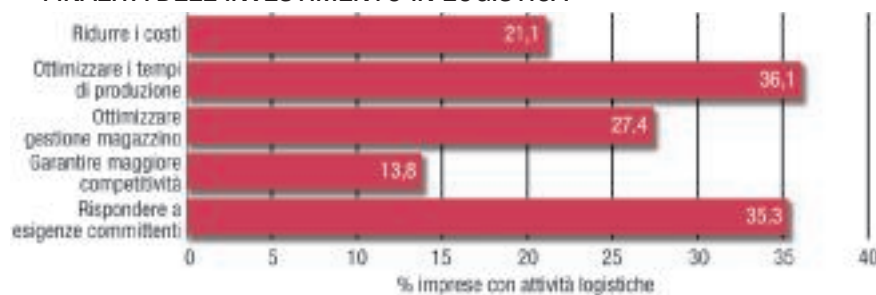


La logistica: costo o investimento?

PERCEZIONE DELLA LOGISTICA



FINALITÀ DELL'INVESTIMENTO IN LOGISTICA



PERCEZIONE DELLA LOGISTICA PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE



PERCEZIONE DELLA LOGISTICA PER REGIONE



Le attività riconducibili alla logistica e gli strumenti ed i servizi eventualmente acquistati o predisposti per farvi fronte richiedono un impegno di risorse finanziarie ed umane. Tale impegno è visto da quasi i tre quarti dei subfornitori come un investimento che consente una razionalizzazione dell'attività con una conseguente riduzione dei costi ed un miglioramento del servizio ai propri committenti. In particolare, l'investimento è finalizzato in primo luogo a rispondere a precise esigenze dei committenti e ad ottimizzare i tempi di produzione e, secondariamente, a ottimizzare la gestione del magazzino. Come conseguenza quindi le imprese vedono in questo investimento anche lo strumento per ridurre i costi ed essere più competitivi. Solo un 21,8% delle aziende percepisce l'impegno nella logistica come un puro costo a cui non corrisponde alcun vantaggio.

Vi è poi una quota, del tutto marginale, che non è stata in grado di esprimere una valutazione; ciò sta ad indicare che per alcune imprese è al momento ancora difficile riuscire a valutare la convenienza o meno dell'investimento.

In termini dimensionali non emergono differenze sostanziali nella valutazione, anche se tra le imprese con meno di 20 addetti è più frequente trovare casi in cui l'investimento in logistica è visto solo come un costo o casi in cui l'azienda non è in grado di esprimere una valutazione.

La percezione dell'utilità dell'impegno in attività connesse alla logistica è diffusa in tutte le regioni con un'unica eccezione rappresentata dalla Toscana, dove un'impresa su due ritiene che tale impegno sia prevalentemente un costo piuttosto che un investimento. Emilia Romagna, Veneto e Friuli Venezia Giulia, invece, sono le regioni dove più di otto subfornitori su dieci ritengono che le attività di logistica e gli strumenti ed i servizi predisposti in proprio o forniti da terzi siano un investimento.

L'andamento dei costi della logistica

L'importanza crescente della logistica all'interno delle imprese comporta un incremento delle attività ad essa rivolte e la necessità di effettuare acquisti di servizi e strumenti appositi con un conseguente riflesso sui costi aziendali. Nel corso della rilevazione è stato appositamente richiesto ai subfornitori di indicare se la loro incidenza sui costi totali è mutata con un riferimento temporale agli ultimi 2-3 anni.

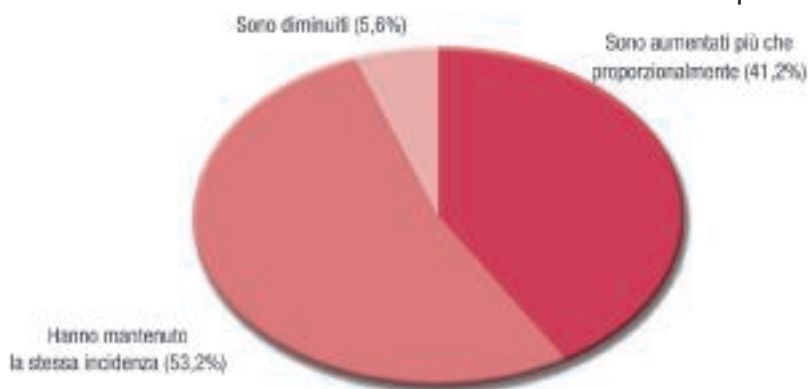
Complessivamente, emerge un trend crescente, ma accompagnato da una significativa presenza di situazioni dove l'incidenza sui costi totali non è mutata in modo rilevante. Infatti, i costi per la logistica sono aumentati più che proporzionalmente per quattro imprese su dieci, mentre per cinque su dieci l'andamento dei costi della logistica ha seguito l'andamento dei costi complessivi.

Questa tendenza, nel complesso, non differisce sostanzialmente al variare delle dimensioni, ma sembra che le dimensioni minori si trovino in una condizione leggermente più sfavorevole rispetto alle imprese più grandi.

L'aumento più che proporzionale dei costi derivanti dalle attività logistiche rispetto al totale costi è imputabile in larga parte ad un incremento dei costi direttamente legati a questa attività come, ad esempio, i costi sostenuti per l'acquisto di software gestionali appositi e di consulenze, e i costi del carburante e dei pedaggi. Meno influente, seppure sempre importante, è l'aumento delle spese per la consegna della merce derivante da richieste più stringenti dei committenti o, ancora, l'ampliamento dell'applicazione della logistica all'interno della azienda.

La prima voce di costo per oltre la metà delle imprese è costituita dai trasporti, che prevalgono ampiamente su tutti gli altri costi connessi alla logistica. In seconda posizione si pongono i costi per la gestione del magazzino seguiti dai costi derivanti dalle attività di coordinamento con i fornitori e i committenti.

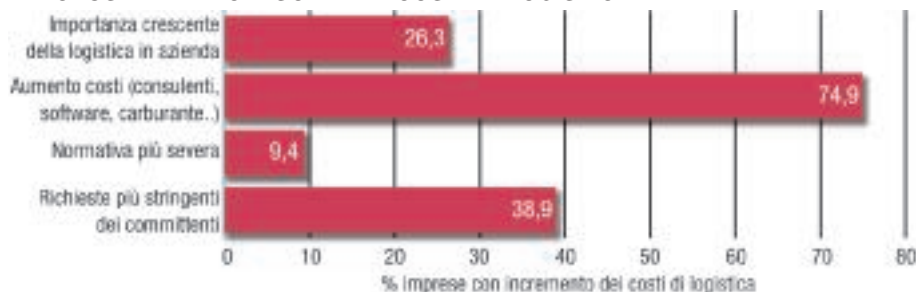
ANDAMENTO DEI COSTI DI LOGISTICA Incidenza sui costi complessivi



ANDAMENTO DEI COSTI DI LOGISTICA PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE Incidenza sui costi complessivi



CAUSE DELLA CRESCITA DEI COSTI DI LOGISTICA

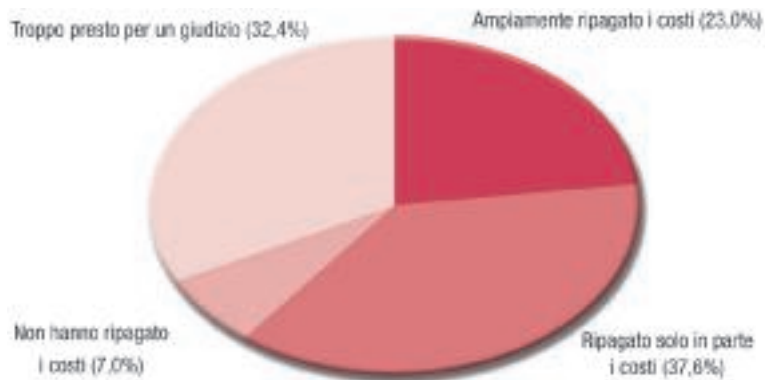


PRINCIPALI VOCI DI COSTO DELLA LOGISTICA

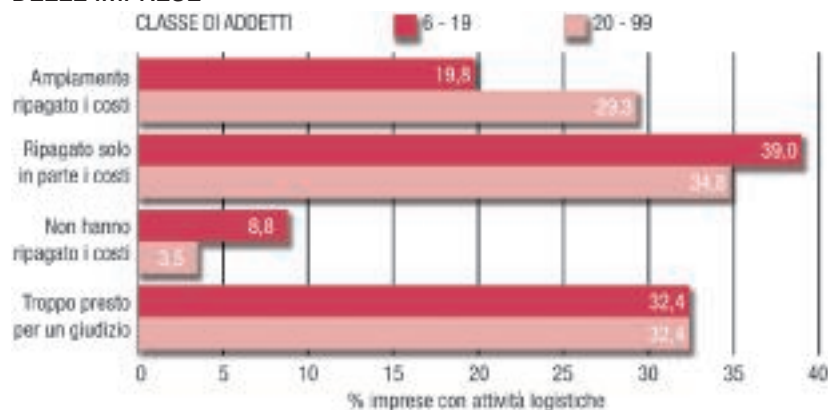


Risultato degli investimenti

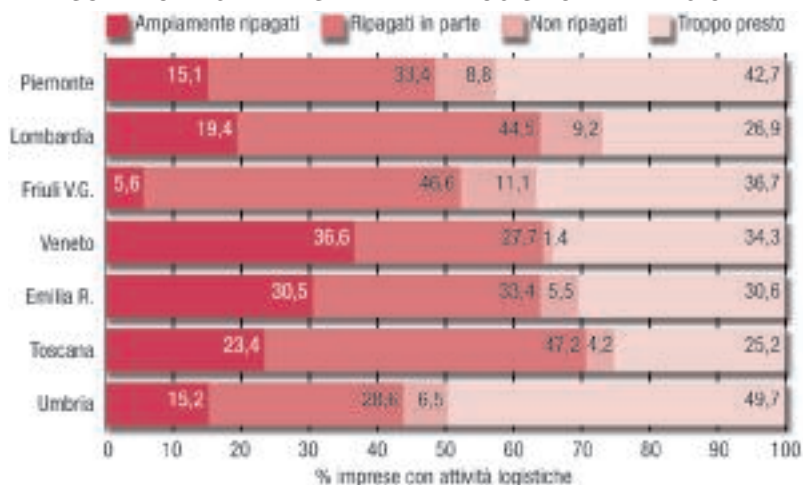
RISULTATO DEGLI INVESTIMENTI IN LOGISTICA



RISULTATO DEGLI INVESTIMENTI IN LOGISTICA PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE



RISULTATO DEGLI INVESTIMENTI IN LOGISTICA PER REGIONE



Quasi i due terzi delle imprese che hanno fatto investimenti o hanno sostenuto spese per far fronte alle esigenze logistiche ritengono di aver visto ripagato, almeno in parte, il costo sostenuto, grazie a ritorni avuti in termini economici, organizzativi e competitivi. Tra di esse prevalgono le aziende che al momento hanno avuto un riscontro solo parziale; è comunque significativa (23%) anche la quota di subfornitori che si ritengono ampiamente ripagati.

Abbastanza circoscritte (7%) sono invece le situazioni in cui l'investimento non ha dato alcun ritorno economico.

Per circa un terzo delle imprese, l'investimento è troppo recente e non ha ancora consentito di raccogliere elementi sufficienti per esprimere una valutazione.

La capacità di trarre maggiori vantaggi dalle attività logistiche appare più diffusa tra le imprese da 20 a 99 addetti, dove la maggior articolazione organizzativa consente di trarre più ampi benefici da interventi di razionalizzazione e di coordinamento dei flussi.

Tra le imprese minori invece è più ricorrente, che in media, incontrare situazioni di soddisfazione solo parziale se non nulla.

La presenza di aziende che hanno visto ampiamente ripagati i loro sforzi nel campo della logistica appare particolarmente diffusa nel Veneto, dove peraltro le attività logistiche assumono una rilevanza significativa in numerose imprese. Buono il ritorno anche in Emilia Romagna, Toscana e Lombardia, mentre in Friuli Venezia Giulia gli investimenti in logistica sembrano, almeno al momento, non portare benefici proporzionati ai costi sostenuti. Si può osservare, infine, che il Piemonte e l'Umbria appaiono come le regioni dove l'attenzione alla logistica è più recente nel tempo: infatti un subfornitore su due non ha ancora elementi per valutare se vi sono ritorni economici o no, perché il tempo intercorso dal momento dell'investimento è ancora troppo breve.

Il sistema informatico per la logistica

Per gestire le attività di logistica circa un terzo dei subfornitori impegnati in questo ambito (32,2%) si è dotato di un software appositamente programmato per rispondere alle esigenze dell'azienda, mentre una quota di poco inferiore (28,9%) utilizza software gestionali standard. Il gruppo più ampio (38,9%) è, comunque, formato dalle aziende che non fanno ricorso ad alcun sistema informatico.

Le risposte raccolte evidenziano una chiara connessione tra dotazione di strumenti informatici e rilevanza, all'interno dell'azienda, delle attività connesse alla logistica. Le aziende che si sono dotate di software appositamente programmati sono in prevalenza quelle che hanno maggiormente sviluppato al loro interno la funzione logistica, mentre dove l'attività logistica assume un ruolo marginale è più frequente trovare situazioni in cui non viene adottato alcun sistema informatico, anche se non mancano casi in cui, pur non assumendo la logistica un ruolo importante, l'azienda si è comunque attrezzata di programmi gestionali specialistici.

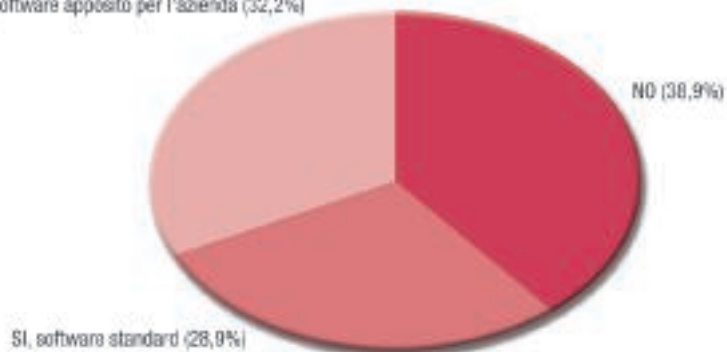
Anche la dimensione delle imprese ha una sua influenza: al crescere delle dimensioni aumenta la presenza di aziende che utilizzano sistemi informatici sempre più specializzati.

Infatti, oltre la soglia dei 20 addetti quasi sei imprese su dieci, si sono fatte predisporre un software che soddisfi le esigenze specifiche dell'azienda. Tra le imprese minori è più ricorrente l'assenza di strumenti informatici.

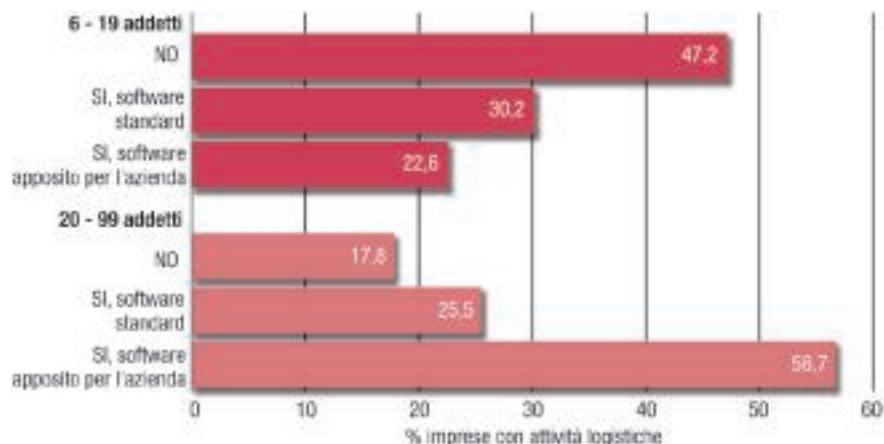
La regione dove più frequentemente le imprese si sono dotate di software appositamente programmati sulle esigenze dell'impresa è il Piemonte a cui segue il Veneto. All'opposto si collocano il Friuli Venezia Giulia e l'Umbria dove, invece, sono numerose le imprese che per gestire le attività connesse alla logistica non ricorrono a supporti di tipo informatico.

SISTEMA INFORMATICO PER LA GESTIONE DELLA LOGISTICA

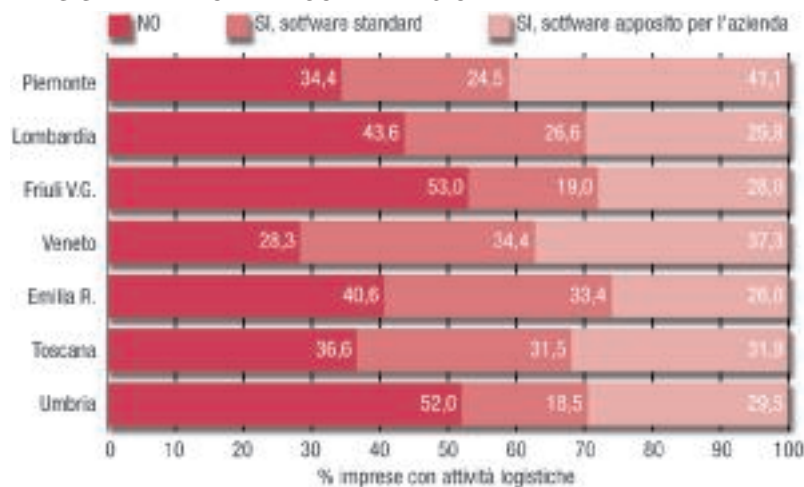
SI, software appositato per l'azienda (32,2%)



SISTEMA INFORMATICO PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE

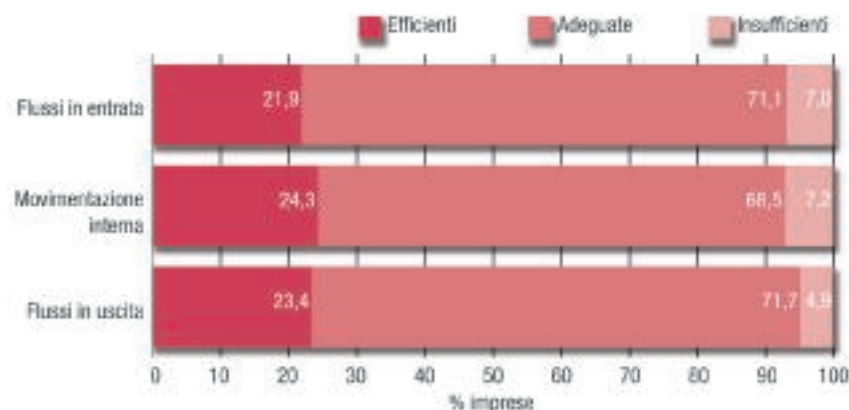


SISTEMA INFORMATICO PER REGIONE

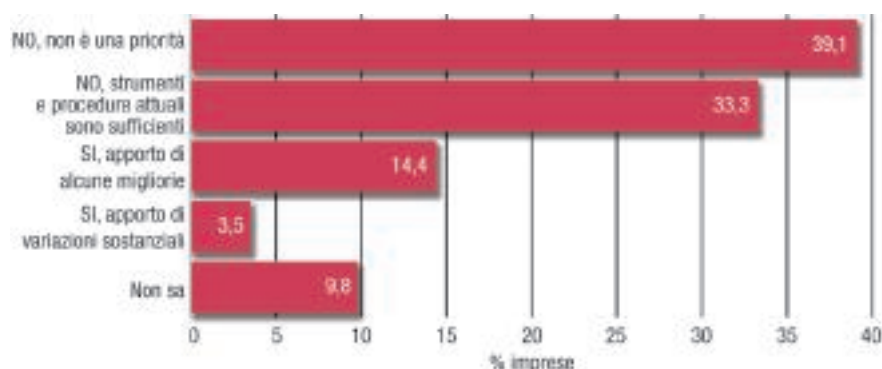


Autovalutazione delle soluzioni adottate e previsioni

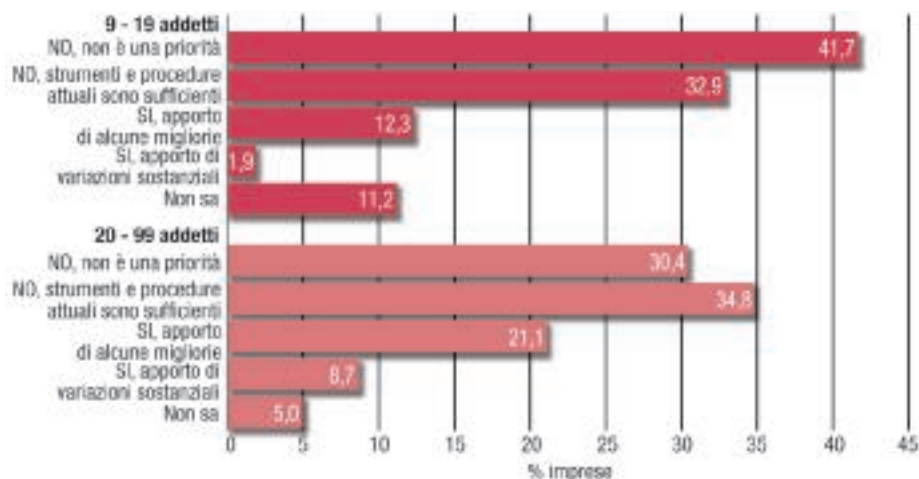
AUTOVALUTAZIONE DELLE SOLUZIONI ATTUALI



PREVISIONE DI INVESTIMENTI PER LA LOGISTICA



PREVISIONE DI INVESTIMENTI PER LA LOGISTICA PER DIMENSIONE DELLE IMPRESE



Come si è visto nelle pagine precedenti le imprese di subfornitura sono in larga parte attente ai problemi connessi con la logistica e in numerosi casi hanno incorporato all'interno dell'azienda competenze che consentono di gestire e pianificare, almeno in parte, i flussi di materiali non solo in ingresso ed in uscita, ma anche all'interno dell'azienda stessa.

Al termine della intervista è stato anche chiesto ai subfornitori interpellati di autovalutarsi in merito alle soluzioni attualmente utilizzate dall'azienda per far fronte alle proprie esigenze logistiche.

A loro giudizio, le soluzioni adottate rispondono in modo efficiente o quantomeno adeguatamente ai loro fabbisogni e solo raramente lamentano carenze ed inefficienze.

L'aspetto per cui ritengono di essere meglio attrezzati è quello della gestione dei flussi in uscita: solo il 4,9% ritiene che le soluzioni adottate attualmente siano insufficienti. Una valutazione pressoché analoga viene data in merito alla gestione e pianificazione dei flussi in entrata e della movimentazione interna, considerate efficienti o quantomeno adeguate alle esigenze rispettivamente dal 93,0% e dal 92,8% delle imprese.

Nel prossimo futuro il quadro non è destinato a modificarsi significativamente. Infatti, solo il 3,5% delle imprese ha in programma interventi sostanziali all'attuale gestione della logistica, mentre il 14,4% prevede di apportare solo delle migliorie. Nei restanti casi, e sono la larga maggioranza, non è previsto alcun intervento nell'arco dei prossimi 12 mesi. Il no proviene da due categorie di imprese molto diverse tra loro: le imprese già adeguatamente attrezzate sul versante della logistica grazie ad un impegno del passato e imprese per le quali la logistica riveste scarso interesse e quindi non rientra nei loro programmi futuri.

La dimensione pare condizionare, almeno in parte, le scelte.

L'indagine 2006 è realizzata su un campione stratificato di 678 unità costruito sulla base di due parametri:

- la localizzazione delle imprese (regione);
- la dimensione delle imprese (classe di addetti).

Il piano di campionamento è tuttavia di tipo non proporzionale: nel campione rilevato sono "sovrarappresentate" le unità appartenenti alle regioni più piccole e/o alle classi di addetti più elevate.

Poiché una parte non indifferente della variabilità delle grandezze e degli indicatori esaminati è attribuibile alla localizzazione sul territorio e/o alla dimensione delle unità rilevate, l'utilizzo diretto dei dati campionari, a livello di insieme o in forma disaggregata, comporterebbe talune distorsioni.

Per questo motivo, come nella precedenti edizioni, si è proceduto ad una ripesatura delle risposte tenendo conto degli effettivi pesi delle diverse componenti regionali/dimensionali.

A questo scopo si è fatto ricorso ad una stima della popolazione delle imprese. In

**COMPOSIZIONE STIMATA DELLA POPOLAZIONE
OGGETTO DELLA RILEVAZIONE (% imprese)**

	6-9 addetti	10-19 addetti	20-49 addetti	50-99 addetti	TOTALE
Piemonte	5,4	6,2	2,9	0,9	15,4
Lombardia	15,4	16	7,2	2	40,6
Friuli-V.G.	0,9	1,2	0,6	0,2	2,9
Veneto	5,4	6,5	3,3	0,8	16
Emilia-R.	6,3	7,1	3,4	0,7	17,4
Toscana	2,4	2,5	1	0,2	6,1
Umbria	0,5	0,7	0,3	0,1	1,6
TOTALE	36,3	40,1	18,8	4,8	100

assenza di dati quantitativi puntuali sull'universo delle aziende di subfornitura tecnica è stato necessario operare una valutazione indiretta della distribuzione congiunta - per regione e classe di addetti - della popolazione di riferimento, utilizzando i dati del Censimento industriale 2001. A tal fine si sono selezionate 33 voci (codici a 4 cifre della classificazione ATECO) corrispondenti ad attività

manfatturiere di tipo intermedio per le quali è ragionevole attendersi una più elevata diffusione di processi e prodotti realizzati in subfornitura.

Questa procedura, pur non permettendo di misurare la consistenza della popolazione, consente di valutare la composizione interna in termini relativi, con un grado di approssimazione che si può ritenere accettabile.



Organo ufficiale del COMITATO NETWORK SUBFORNITURA

Anno 26° - Numero 8 - Novembre/Dicembre 2006

Direttore Editoriale: Ezio Zibetti (ezio.zibetti@reedbusiness.it)

Redazione: Angelo Grassi (angelo.grassi@reedbusiness.it)

Segreteria: Maddalena Bordin (maddalena.bordin@reedbusiness.it)

Hanno collaborato a questo numero:

Rosella Barberis, Gianmarco Paglietti.



REED BUSINESS INFORMATION S.p.A.

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di

Reed Elsevier Group PLC

20143 Milano - Viale G. Richard, 1/a - Tel. +39/02/81830.1

Telefono redazione +39/02/81830661 - Fax redazione +39/02/81830414 -

Fax pubblicità 02/81830405 - www.reedbusiness.it

Organizzazione di Vendita

Direttore Commerciale

Ivo Braga

Direttore Vendite

Sergio Cirimbelli

Segreteria Commerciale

Monica Corletti - Tel. +39/02 81830.683 (monica.corletti@reedbusiness.it)

Key Account International Sales

Patrizia Sandri - Tel. +39/02.81830.635 (patrizia.sandri@reedbusiness.it)

© Copyright Reed Business Information Spa - Milano - Italia

Le rubriche e le notizie sono a cura della redazione. È vietata la riproduzione, anche parziale, di articoli, fotografie e disegni senza preventiva autorizzazione scritta.

Servizio Abbonamenti

Oliviano Milani (oliviano.milani@reedbusiness.it) tel. 02 81830.616

Tariffe abbonamenti 2006

Italia: spediz. ordinaria € 51,00 - spediz. contrassegno € 55,00

Estero: spediz. ordinaria € 75,00 - spediz. prioritaria Europa € 86,00 - spediz.

prioritaria Africa, America, Asia 110,00 - spediz. prioritaria Oceania € 125,00

Fascicolo singolo € 6,50 - Fascicolo arretrato € 13,00

Gli abbonamenti possono essere sottoscritti anche versando il relativo importo sul c/c postale n. 33668666 intestato a Reed Business Information Spa - Viale G. Richard, 1/a Milano. L'iva sugli abbonamenti, nonché sulla vendita di fascicoli separati, è assolta dall'editore ai sensi dell'art. 74 primo comma lettera C del DPR 26/10/72 N. 633 e successive modificazioni ed integrazioni. Pertanto non può essere rilasciata fattura.

Reed Business Information Spa è associato a:



CONFINDUSTRIA

CSST Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST - Certificazione Stampa Specializzata e Tecnica
Per il periodo 1/1/2005-31/12/2005 Tiratura media: 7.500. Diffusione media: 7.145 Certificato CSST n. 2005-1205 del: 16/02/2006.
Società di Revisione: Metodo Srl

Tiratura del presente numero: 8.000



Testata iscritta alla

Unione Stampa Periodica Italiana

Registrazione Tribunale di Milano N. 433 in data 29/11/1980.

Iscrizione al ROC n. 1136.

Direttore Responsabile: Alberto Banal

Stampa Sate - Via Praga 1 - Zingonia Verdellino (BG)

Informativa ai sensi dell'art. 13, d. lgs 196/2003. I dati sono trattati, con modalità anche informatiche, per l'invio della rivista e per svolgere le attività a ciò connesse. Titolare del trattamento è: Reed Business Information S.p.A. - Viale Giulio Richard, 1/A - 20143 Milano (MI). Le categorie di soggetti incaricati del trattamento dei dati per le finalità suddette sono gli addetti alla registrazione, modifica, elaborazione dati e loro stampa, al confezionamento e spedizione delle riviste, al call center, alla gestione amministrativa e contabile. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs 196/2003 è possibile esercitare i relativi diritti fra cui consultare, modificare, aggiornare o cancellare i dati, nonché richiedere elenco completo ed aggiornato dei responsabili, rivolgendosi al titolare al succitato indirizzo.

Informativa dell'editore al pubblico ai sensi dell'art. 13, d. lgs 196/2003. Ai sensi del decreto legislativo 30 giugno 2003, n° 196 e dell'art. 2, comma 2 del Codice deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, Reed Business Information S.p.A. - titolare del trattamento - rende noto che presso i propri locali siti in Milano (MI), Via Giulio Richard 1/A, vengono conservati gli archivi di dati personali e di immagini fotografiche cui i giornalisti, praticanti, pubblicisti e altri soggetti (che occasionalmente redigono articoli o saggi) che collaborano con il predetto titolare attingono nello svolgimento della propria attività giornalistica per le finalità di informazione connesse allo svolgimento della stessa. I soggetti che possono conoscere i predetti dati sono esclusivamente i predetti professionisti, nonché gli addetti preposti alla stampa ed alla realizzazione editoriale della testata. Ai sensi dell'art. 7, d. lgs 196/2003 si possono esercitare i relativi diritti, fra cui consultare, modificare, cancellare i dati od opporsi al loro utilizzo, rivolgendosi al predetto titolare. Si ricorda che, ai sensi dell'art. 138, d. lgs 196/2003, non è esercitabile il diritto di conoscere l'origine dei dati personali ai sensi dell'art. 7, comma 2, lettera a), d. lgs 196/2003, in virtù delle norme sul segreto professionale, limitatamente alla fonte della notizia.

Nello stesso settore Reed Business Information pubblica le seguenti riviste: Il giornale della subfornitura, Tecnologia Meccaniche, Rivista dei Tecnologi Tessili, Industria Mercato, Controllo e Movimento, Italian Technology Machine Tools

Comitato Network Subfornitura

Via E. Oldofredi, 23 - 20124 Milano
Tel. ++39 02 66809890 - Fax ++39 02 68967890
Web site: www.subfor.net - www.subfor.camcom.it
E-mail: comitato@subfor.camcom.it

Unione Italiana delle Camere di Commercio

P.zza Sallustio, 21 - 00187 Roma
Tel. ++39 06 470411 - Fax ++39 06 4704348
Web site: www.unioncamere.it - E-mail: politiche.settore@unioncamere.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio della Toscana

Via Lorenzo il Magnifico 24 - 50129 Firenze
Tel. ++39 055 46881 - Fax ++39 055 4684052
Web site: www.tos.camcom.it - E-mail: studi@tos.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio dell'Umbria

Largo Don Minzoni, 6 - 05100 Terni
Tel. ++39 0744 489224-489225 - Fax ++39 0744 431100
Web site: www.umbria.camcom.it - E-mail: staff@umbria.camcom.it

Centro Regionale della Subfornitura del Friuli Venezia Giulia

C.so Vittorio Emanuele, 56 - 33170 Pordenone
Tel. ++39 0434 524224 - Fax ++39 0434 27580
Web site: www.subcontract.fvg.it - E-mail: db_info@subcontract.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio del Piemonte

Via Cavour 17 - 10123 Torino
Tel. ++39 011 5669230 - Fax ++39 011 5119144
Web site: www.pie.camcom.it - e-mail: euroservizi@pie.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio del Veneto

Parco Scientifico Tecnologico - Ingresso VEGA 1
Edificio Lybra - Via delle Industrie, 19/d - 30175 Venezia Marghera
Tel. ++39 041 0999311 - Fax ++39 041 0999303
Web site: www.ven.camcom.it - E-mail: uvcamcom@ven.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio della Lombardia

Via E. Oldofredi, 23 - 20124 Milano
Tel. ++39 02 6079601 Fax ++39 02 607960235
Web site: www.lom.camcom.it - E-mail: board@lom.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio dell'Emilia Romagna

Viale Aldo Moro, 62 - 40127 Bologna
Tel. ++39 051 6377011 - Fax ++39 051 6377050
Web site: www.rer.camcom.it - E-mail: staff@rer.camcom.it

Unione Regionale delle Camere di Commercio della Basilicata

C.so XVIII Agosto, 34 - 85100 Potenza
Tel. ++39 0971 412260 - Fax ++39 0971 27980
Web site: www.bas.camcom.it - E-mail: unioncamerebas@tiscali.it

CNA Nazionale

Via G. A. Guattani, 13 - 00161 Roma
Tel. ++39 06 441881 - Fax ++39 06 44249513
Web site: www.cna.it - E-mail: cna@cna.it

UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE

Viale Fulvio Testi, 128
Cinisello Balsamo 20092 Milano
Tel. ++39 02 262 551 - Fax ++39 02 26 255 214/349
Web site: www.ucimu.it - E-mail: ucimu@ucimu.it

www.subfor.net
**Il sito
della Subfornitura Italiana**