

Unione Europea
Ministero del Lavoro

Provincia di Modena

Università di Modena e
Reggio Emilia

R&I srl

PROGETTO METALNET

**Indagine sulle imprese meccaniche della provincia di Modena
2° rilevazione**

Presentazione
a cura di

Prof.ssa Margherita Russo
Università di Modena e Reggio Emilia

Dott.ssa Daniela Bigarelli e Dott.ssa Monica Baracchi
R&I srl

Modena, 11 settembre 2006

1

Progetto Metalnet 2005-2006

Scaletta dell'incontro di oggi

1. Obiettivi del progetto di ricerca (10 minuti)
2. L'universo e il campione oggetto d'indagine (5 minuti)
3. I principali risultati di Metalnet 2001 (20 minuti)
4. Confronto sui temi di approfondimento

2

Progetto Metalnet 2005-2006

1. Obiettivi del progetto di ricerca

3

Progetto Metalnet 2005-2006

Obiettivi

1. Analisi dei cambiamenti strutturali nel settore meccanico
2. Analisi dei processi di innovazione tecnica e organizzativa
3. Analisi degli effetti della globalizzazione sui processi di innovazione e sul sistema di relazioni fra imprese
4. Analisi degli effetti della globalizzazione e dell'innovazione sul sistema di competenze

4

Progetto Metalnet 2005-2006

Fasi di attività

1. Indagine quantitativa su un campione statisticamente significativo di 450 imprese
2. Indagine qualitativa su casi aziendali
3. Focus groups di discussione dei risultati
4. Diffusione dei risultati

5

Progetto Metalnet 2005-2006

Contenuti

1. Indagine quantitativa su un campione statisticamente significativo di 450 imprese
 - assetto proprietario, relazioni fra imprese, presenza di gruppi formali e informali;
 - tipi di imprese (conto proprio e conto terzi);
 - prodotti/lavorazioni offerte;
 - mercati di sbocco e clienti di riferimento;
 - grado di integrazione verticale e outsourcing;
 - mercati di approvvigionamento e fornitori;
 - dimensione dei fenomeni di delocalizzazione;
 - livello e forme di internazionalizzazione;
 - struttura dell'occupazione;
 - ecc.

6

Progetto Metalnet 2005-2006

Contenuti

2. Indagine qualitativa su casi aziendali

caratteristiche qualitative dei processi di innovazione tecnica e organizzativa;

caratteristiche qualitative dei processi di globalizzazione;

effetti sul sistema di relazioni tra imprese e sul sistema di competenze interno ed esterno alle imprese.

7

Progetto Metalnet 2005-2006

Strumenti di indagine

1. Indagine quantitativa su un campione statisticamente significativo di 450 imprese

questionario breve e strutturato (poco più di una ventina di domande)

2. Indagine qualitativa su casi aziendali interviste dirette a imprenditori e manager aziendali

8

Progetto Metalnet 2005-2006

Tempi

1. Indagine quantitativa su un campione statisticamente significativo di 450 imprese ottobre-dicembre 2006

2. Indagine qualitativa su casi aziendali gennaio-febbraio 2007

3. Focus groups di discussione dei risultati marzo-aprile 2007

4. Diffusione dei risultati maggio 2007

9

Progetto Metalnet 2005-2006

2. L'universo e il campione oggetto d'indagine

10

Progetto Metalnet 2005-2006

Universo di riferimento

1. Acquisizione dell'elenco delle imprese della provincia di Modena operative al 31/12/2005 iscritte al Registro Imprese con i codici di attività Ateco02:
27 – 28 – 29 – 30 – 31 – 32 – 33 – 34 – 35
2. Aggiornamento dei dati sull'occupazione/integrazione dei dati mancanti attraverso l'incrocio con la banca dati INPS, per le aziende con occupati alle dipendenze
3. Stratificazione dell'universo per classe di addetti e comparto

11

Progetto Metalnet 2005-2006

Codici Ateco 2002

- 27 Metallurgia
- 28 Prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti
- 29 Macchine e apparecchi meccanici
- 30 Macchine e access. per ufficio, elaboratori, sistemi informatici
- 31 Macchine e apparecchi elettrici
- 32 Apparecchi televisivi e app. per telecomunicazioni
- 33 Apparecchi medicali, di precisione, ottici e orologi
- 34 Autoveicoli
- 35 Altri mezzi di trasporto

12

Progetto Metalnet 2005-2006

Campione

1. Tecnica del campionamento stratificato con allocazione ottimale (Neyman): consente di ottenere stime affidabili del settore a livello provinciale e, all'interno del settore, dati attendibili per comparto e per le imprese di tutte le classi dimensionali, comprese quelle di minori dimensioni (sotto i 6 addetti)
2. Le imprese con 100 e più addetti saranno intervistate tutte
3. A differenza del 2001, il campione comprende le imprese sotto i 6 addetti \Rightarrow le stime saranno riferite all'intero universo delle imprese meccaniche della provincia di Modena

13

Progetto Metalnet 2005-2006

Gestione della rilevazione

1. Invio del questionario a mezzo posta
2. Contatto telefonico da parte di un rilevatore addestrato che prenderà accordi sui tempi della compilazione e la modalità di raccolta dei dati (telefono, fax, visita diretta, ecc.)
3. La richiesta di dati puntuali rende necessaria l'autocompilazione del questionario da parte dell'azienda

14

Progetto Metalnet 2005-2006

3. I principali risultati di Metalnet 2001

15

I dati sull'industria metalmeccanica in provincia di Modena Metalnet 2000:

- oltre il 60% delle imprese metalmeccaniche ha meno di 20 addetti
- le vendite di queste imprese (con meno di 20 addetti) sono destinate per la maggior parte a imprese localizzate nella provincia o nella regione
- sono pochissime le imprese che fanno parte di gruppi (e rari sono i casi di gruppi esteri)

16

Individuare i punti deboli del sistema di imprese metalmeccaniche modenesi

Da Metalnet 2000:

- non riguardano tanto la piccola dimensione delle imprese,
- quanto i meccanismi che alimentano e rigenerano le reti di competenze che sono necessarie per sostenere i processi innovativi e quindi lo sviluppo delle imprese (non solo metalmeccaniche).

Oggi?

17

Risultati e temi della ricerca 2001 (dati riferiti al 2000)

- descrizione del settore
 - in termini di numero e tipo di imprese, numero di addetti e composizione professionale, assetto proprietario, ripartizione delle vendite nei principali mercati geografici
- fattori di vantaggio competitivo
- forme di collaborazione tra le imprese
- relazioni tra imprese
- fattori che limitano l'espansione dell'impresa

18

Tipologia di imprese

- rispetto al grado di autonomia nella realizzazione dei prodotti:
 - imprese "conto proprio"
 - e
 - le imprese "conto terzi"

19

"imprese in conto proprio"

- l'attività è svolta in autonomia
(anche se il disegno può essere parzialmente o anche completamente definito dal cliente)

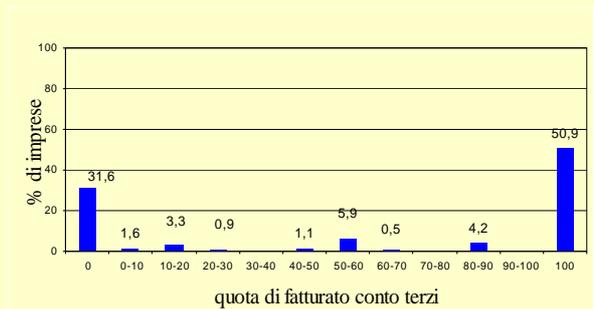
20

"imprese in conto terzi"

- l'attività produttiva è realizzata su specifiche del cliente e con progettazione dell'impresa o del cliente

21

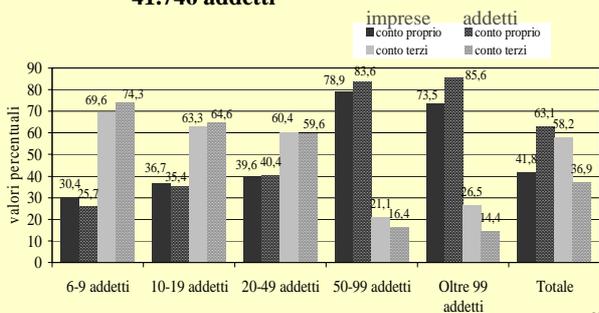
Distribuzione percentuale delle imprese per quota di fatturato conto terzi (2000)
(dati riferiti all'universo delle imprese con più di 5 addetti)



22

imprese e addetti (con più di 5 addetti) per classe di addetti e tipo di impresa

nel 2000: 1.309 imprese
41.746 addetti



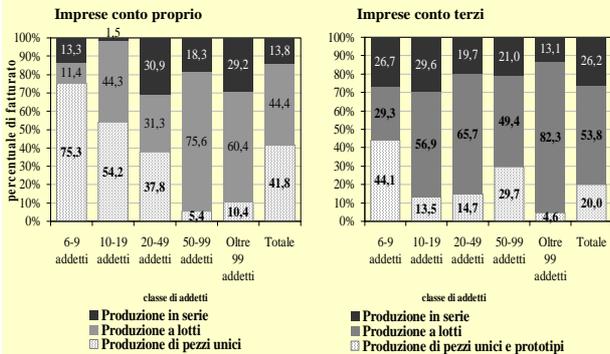
23

Dimensione media per tipo di impresa (2000) dati riferiti all'universo delle imprese con più di 5 addetti

| | Imprese conto proprio | Imprese conto terzi |
|-----------------------------|-----------------------|----------------------|
| numero medio di addetti | 49 addetti | 20 addetti |
| fatturato medio per impresa | 16,8 miliardi di lire | 4,2 miliardi di lire |
| fatturato medio per addetto | 343 milioni di lire | 225 milioni di lire |

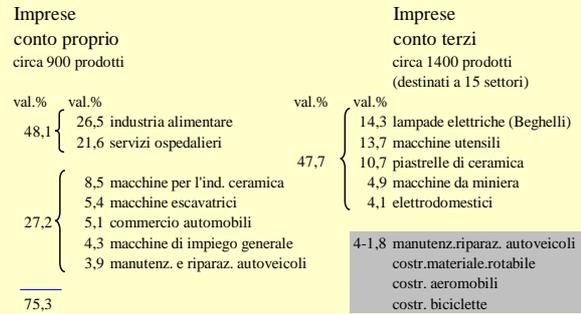
24

che cosa producono le imprese metalmeccaniche
 produzione in serie, lotti, pezzi unici, prototipi



25

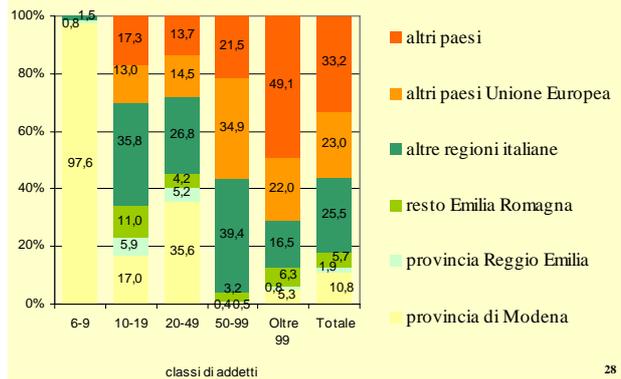
a quali settori
 sono destinati i prodotti delle imprese metalmeccaniche



26

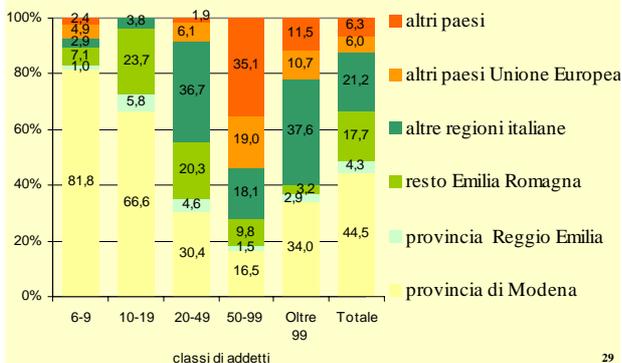
in quali mercati geografici
 sono destinati i prodotti delle imprese metalmeccaniche?

Mercati geografici delle imprese
in conto proprio



28

Mercati geografici delle imprese
in conto terzi



29

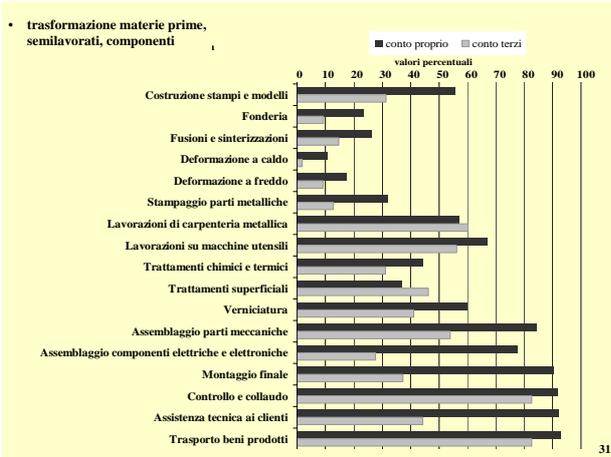
Come si producono i prodotti delle
imprese metalmeccaniche

quali fasi sono necessarie per produrre i prodotti delle imprese conto proprio e delle imprese conto terzi?

i dati, per tipo di impresa:

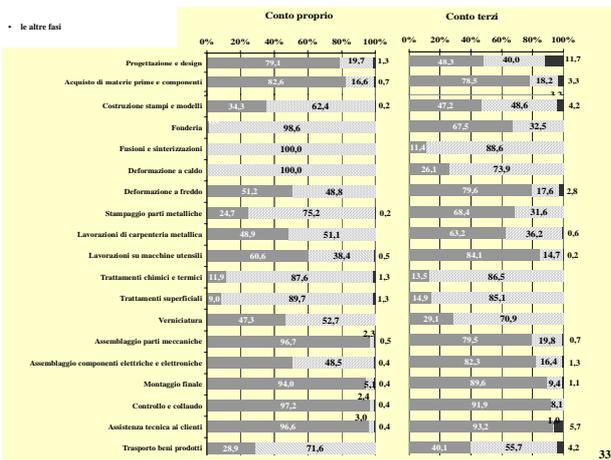
- fasi di acquisto, trasformazione e vendita
- percentuale delle imprese nelle quali è svolta ciascuna fase

30



che cosa si produce dentro e che cosa si riceve da altre imprese

- acquisto, trasformazione di materie prime, semilavorati e componenti

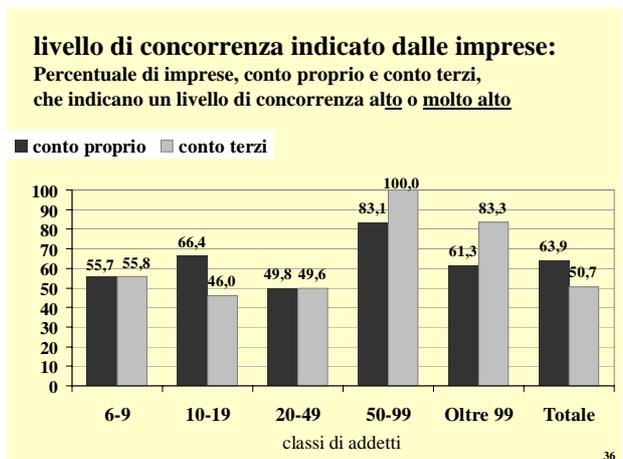


L'organizzazione del processo produttivo attraverso il tessuto di relazioni produttive e commerciali del sistema di imprese

In che modo è possibile descrivere una tale organizzazione?

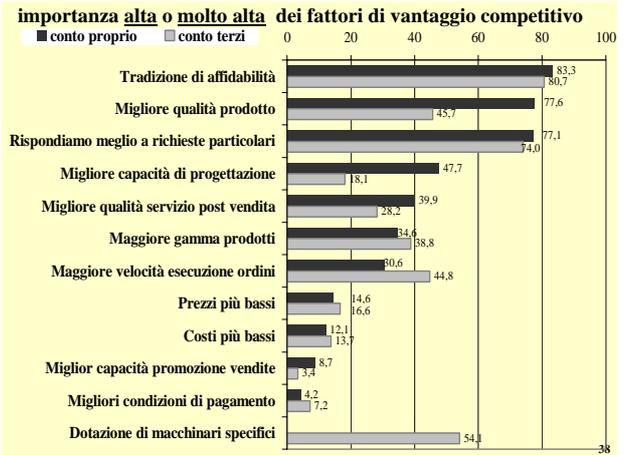
- indicatori delle relazioni orizzontali e verticali
- analisi delle caratteristiche dei fornitori "strategici"

Relazioni orizzontali
I concorrenti delle imprese metalmeccaniche



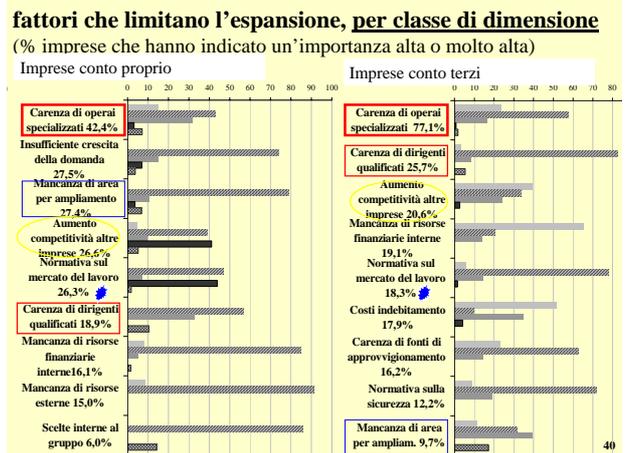
Quali sono i fattori di vantaggio competitivo?

37



Quali sono i fattori che limitano l'espansione dell'impresa?

39



Relazioni verticali I fornitori delle imprese metalmeccaniche

41

numero medio di fornitori

| | conto proprio | | conto terzi | |
|------------------|---------------------------|--|---------------------------|--|
| | numero medio di fornitori | lavorano prevalentemente per l'impresa | numero medio di fornitori | lavorano prevalentemente per l'impresa |
| 6-9 addetti | 123 | 0 | 11 | 16 |
| 10-19 addetti | 34 | 2 | 12 | 34 |
| 20-49 addetti | 91 | 2 | 17 | 49 |
| 50-99 addetti | 144 | 12 | 22 | 102 |
| Oltre 99 addetti | 202 | 12 | 11 | 43 |
| Totale | 86 | 4 | 14 | 35 |

42

caratteristiche per le quali i fornitori sono considerati strategici (risposte multiple)

| | conto proprio | conto terzi |
|---|---------------|---------------|
| Qualità migliore | 68,3 | 38,1 d |
| Dotazione di macchinari specifici | 57,3 | 27,0 |
| Affidabilità nei tempi di consegna | 49,6 | 47,3 b |
| Conoscenza di lunga data | 47,2 | 41,3 c |
| Prezzo più basso | 36,0 | 55,7 a |
| Capacità tecniche per sviluppo nuovi prodotti | 35,3 | 4,7 |
| Certificazione con norme Iso | 27,9 | 19,3 |
| Unico fornitore per quella lavorazione o componente | 11,4 | 29,1 e |
| Altro | 8,5 | 7,2 |
| Fornitore con brevetto | 6,2 | |

43

che cosa producono i fornitori strategici?

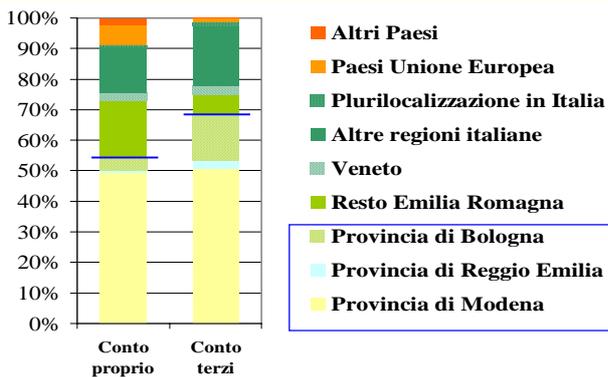
Nella ricerca 2006 sarà sviluppata nella parte qualitativa

consideriamo i “primi” cinque fornitori strategici dei due tipi di impresa

- imprese conto proprio
- imprese conto terzi

44

localizzazione geografica dei primi cinque fornitori strategici



durata delle relazioni con i fornitori strategici

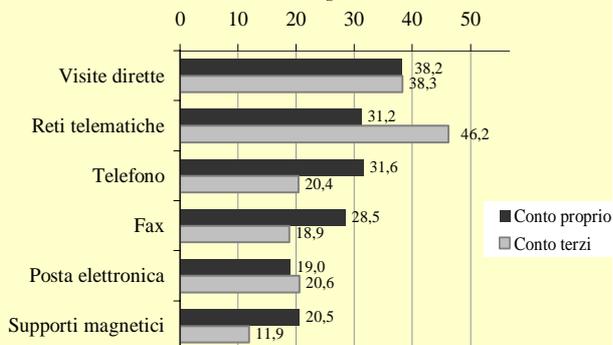
numero medio di anni

| | conto proprio | conto terzi |
|------------------|---------------|-------------|
| 6-9 addetti | 7 | 6 |
| 10-19 addetti | 7 | 11 |
| 20-49 addetti | 11 | 11 |
| 50-99 addetti | 12 | 5 |
| Oltre 99 addetti | 7 | 6 |
| Totale | 10 | 10 |

46

modi in cui le imprese scambiano informazioni con i fornitori strategici

Percentuale di imprese che utilizzano sempre o prevalentemente i seguenti modi per scambiare informazioni con i loro fornitori strategici



47

in sintesi

fornitori delle imprese conto proprio offrono

•parti

•componenti di macchine

fornitori delle imprese conto terzi offrono

• materie prime

• lavorazioni su macchine utensili

- un intreccio tra committente e fornitore strategico che è diverso nei due tipi di impresa,
- ma per entrambi i tipi di impresa i fornitori strategici sono **pochi vicini con relazioni stabili**

48

Relazioni verticali

I clienti
delle imprese metalmeccaniche

49

i clienti delle imprese metalmeccaniche

- **chi sono:** in prevalenza imprese industriali
- **dove sono localizzati**
 - conto proprio
 - 1/3 in Emilia-Romagna
 - 1/3 all'estero (UE ed extra UE)
 - conto terzi
 - 1° cliente >90% in E-R, 64% a MO
 - 2° cliente circa 90% E-R
 - 3° cliente <80% E-R

50

rapporti con i clienti

fatturato dei primi tre clienti

conto proprio

- **54%** delle vendite destinate al 1°+2°+3° cliente

conto terzi

- **72,6%** delle vendite destinate al 1°+2°+3° cliente

- differenze per classe di dimensione
- differenze tra i primi tre clienti:
 - importanza del 1° cliente

- differenze per classe di dimensione
- differenze tra i primi tre clienti:
 - importanza del 1° cliente

51

rapporti con i clienti

- previsioni di stabilità nel periodo **2000-2003**

52

Relazioni di subfornitura

Livello di subfornitura

- il 59 % delle imprese: fornitori solo di primo livello,
- il 13 % delle imprese: fornitori di secondo livello e
- il 28 % delle imprese: fornitori di primo e secondo livello.

53

Intreccio tra relazioni orizzontali e verticali

54

**Imprese in conto proprio:
presenza di fornitori fra le imprese
concorrenti, per classe di addetti**

| Classe di addetti | Sì val. % |
|-------------------|--------------|
| 6-9 addetti | |
| 10-19 addetti | 40,7 |
| 20-49 addetti | 14,0 |
| 50-99 addetti | 68,4 |
| Oltre 99 addetti | 9,6 |
| Totale | 33,1 |

55

**presenza di fornitori o di clienti fra le
imprese concorrenti, per classe di addetti**

**Imprese conto proprio
presenza di fornitori**

| Classe di addetti | Sì val. % |
|-------------------|--------------|
| 6-9 addetti | |
| 10-19 addetti | 40,7 |
| 20-49 addetti | 14,0 |
| 50-99 addetti | 68,4 |
| Oltre 99 addetti | 9,6 |
| Totale | 33,1 |

**Imprese conto terzi
presenza di clienti**

| Classe di addetti | Sì val. % |
|-------------------|--------------|
| 6-9 addetti | 30,9 |
| 10-19 addetti | 41,3 |
| 20-49 addetti | 21,8 |
| 50-99 addetti | 51,3 |
| Oltre 99 addetti | 100,0 |
| Totale | 36,1 |

56

**Imprese in conto proprio:
presenza di fornitori fra le imprese
concorrenti, per classe di addetti**

Caratteristiche dei fornitori-concorrenti

| Classe di addetti | caso a: nello stesso settore e area geografica | caso b: nello stesso settore ma diversa area geografica | entrambi i casi val. % |
|-------------------|---|---|------------------------------|
| | val. % | val. % | |
| 6-9 addetti | | | |
| 10-19 addetti | 85,8 | 6,1 | 8,1 |
| 20-49 addetti | | 100,0 | |
| 50-99 addetti | 100,0 | | |
| Oltre 99 addetti | 100,0 | | |
| Totale | 84,1 | 11,7 | 4,2 |

57

**Imprese in conto terzi:
presenza di clienti fra le imprese
concorrenti, per classe di addetti**

Caratteristiche dei clienti-concorrenti

| Classe di addetti | caso a: nello stesso settore e area geografica | caso b: nello stesso settore ma diversa area geografica | entrambi i casi val. % |
|-------------------|--|--|------------------------------|
| | val. % | val. % | |
| 6-9 addetti | 100,0 | | |
| 10-19 addetti | 53,5 | 46,5 | |
| 20-49 addetti | 93,0 | 7,0 | |
| 50-99 addetti | 45,8 | 54,2 | |
| Oltre 99 addetti | | 16,7 | 83,3 |
| Totale | 63,9 | 32,3 | 3,8 |

58

**imprese in conto terzi:
grado di dipendenza dai committenti**

- Che servizi offrono le imprese che lavorano conto terzi?

59

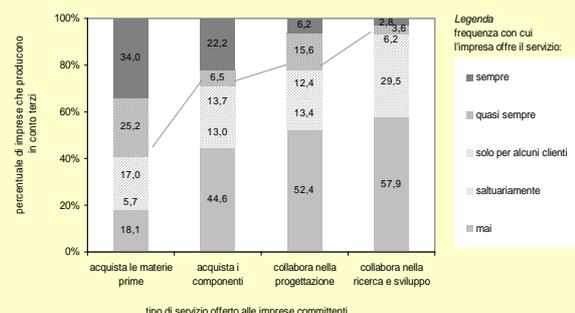
servizio offerto ai committenti

Figura 1

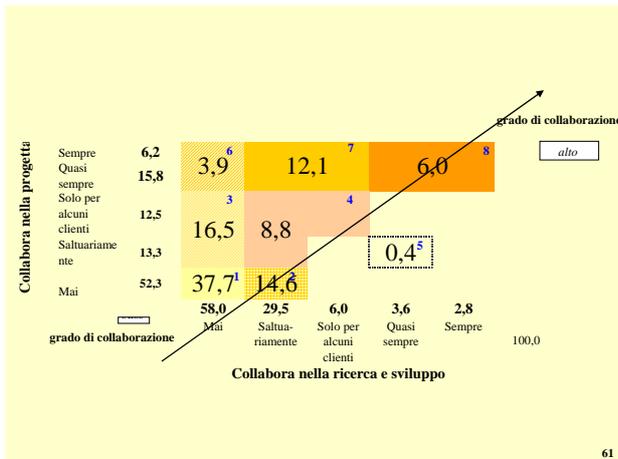
Imprese che producono prevalentemente in conto terzi, per tipo di servizio offerto (2000)

Valori percentuali riferiti all'universo delle imprese metalmeccaniche della provincia di Modena, con più di 5 addetti

Fonte: nostra elaborazione sui dati delle interviste al campione Unimec-Metalnet



60



tab. 8
collaborazione delle imprese conto terzi con i committenti: gruppi 1 e 8 a confronto

| | imprese del gruppo 1 | imprese del gruppo 8 |
|---|--|---|
| tipo di collaborazione con i committenti | non collaborano mai né nella progettazione, né nella ricerca e sviluppo | collaborano sempre sia nella progettazione che nella ricerca e sviluppo |
| dimensione | *di piccola dimensione (quasi il 90% delle imprese appartengono alla classe di dimensione 10-19 addetti) | *di dimensione più grande (quasi il 73% appartiene alla classe di dimensione 20-49 addetti) |
| produzione | *producono in serie, o lotti, forniture di secondo livello (in misura maggiore della media), | *producono prototipi o pezzi unici per imprese grandi (in misura decisamente maggiore rispetto alla media delle imprese in conto terzi) |
| committenti | *di piccola dimensione *localizzati in prevalenza in provincia di Modena | *anche imprese piccole e di media dimensione *localizzati in prevalenza fuori dalla regione |
| accordi di collaborazione nella ricerca e sviluppo | *in misura leggermente superiore alla media *soprattutto con consulenti privati | *in misura più del doppio della media *in particolare con Università e centri di ricerca, non solo italiani; e con centri di servizi |
| concorrenza | *non molto importante (operano essenzialmente per il mercato locale) | è più elevata della media |

Punti di forza e di debolezza

- le imprese che non collaborano mai nella progettazione e nella ricerca e sviluppo sono potenzialmente più deboli di quelle attive nella collaborazione?

In conclusione:

Quale è la valutazione delle prospettive del sistema metalmeccanico?

Una discussione ancora aperta su due punti:

- Le **connessioni interne** e il **grado di apertura** del sistema di imprese
in che misura è necessario rafforzare questi elementi che caratterizzano il sistema di imprese metalmeccanico?
- Reti competenze** che generano processi innovativi
come si alimentano le reti di competenze rilevanti a mantenere il livello di innovazione e crescita di questo sistema di imprese?

Progetto Metalnet 2005-2006

4. Confronto sui temi di approfondimento

Tre questioni da approfondire:

- compilazione on line
- inserire una domanda per valutare l'impiego delle ICT
- progettare una agile consultazione on line dei risultati