

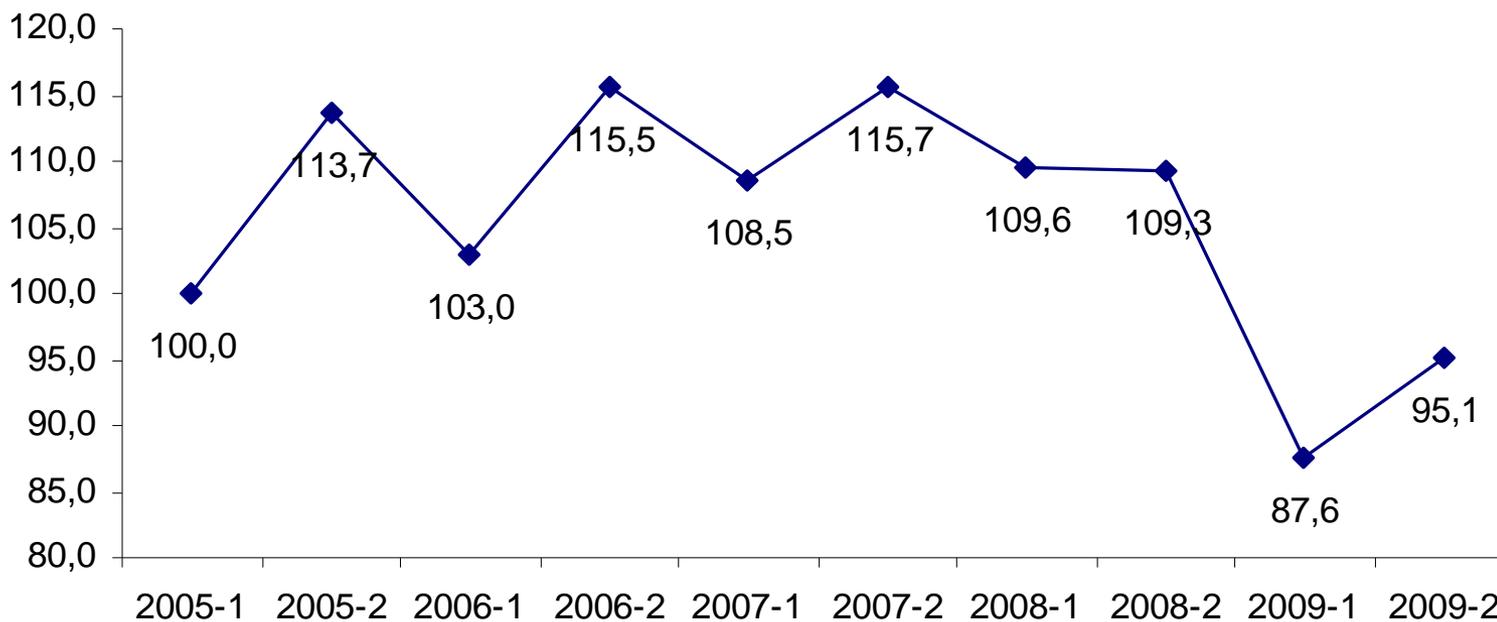
**“Presentazione dei risultati del 2° semestre 2009:  
Riparte la domanda estera, ma sui tempi di uscita dalla  
crisi gravano ancora molte incognite”.**

**Il comportamento delle best-in-class che adottano  
pratiche manageriali innovative**

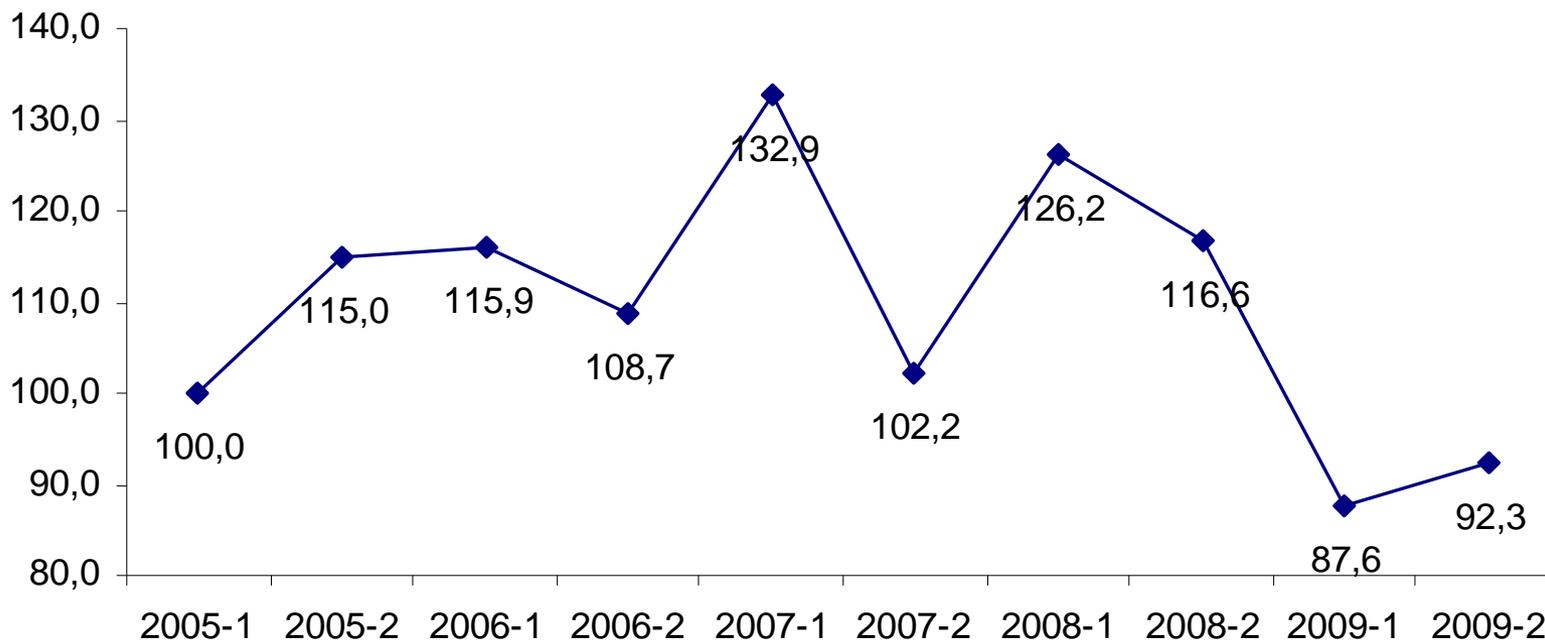
**Presentazione  
di  
Ilario Favaretto**

Docente di Politica Economica Regionale – Università di Urbino

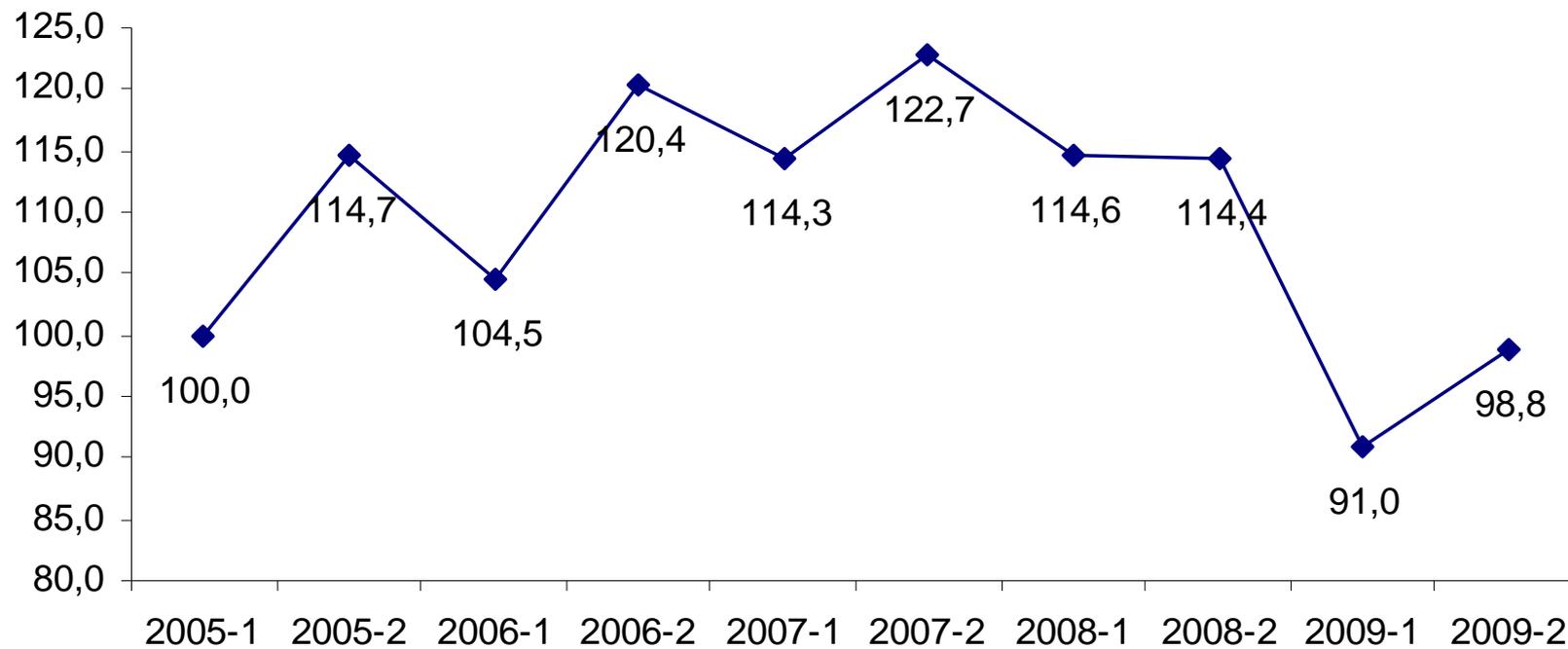
### Fatturato totale - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)



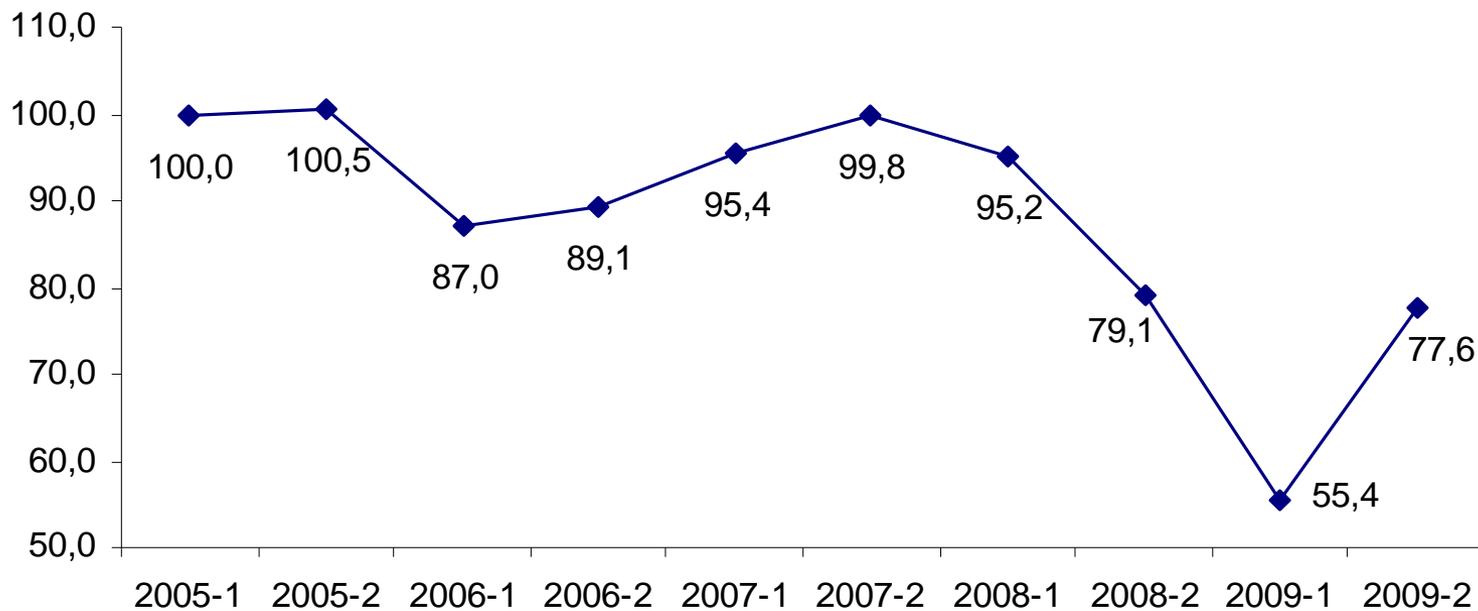
### Fatturato estero - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)



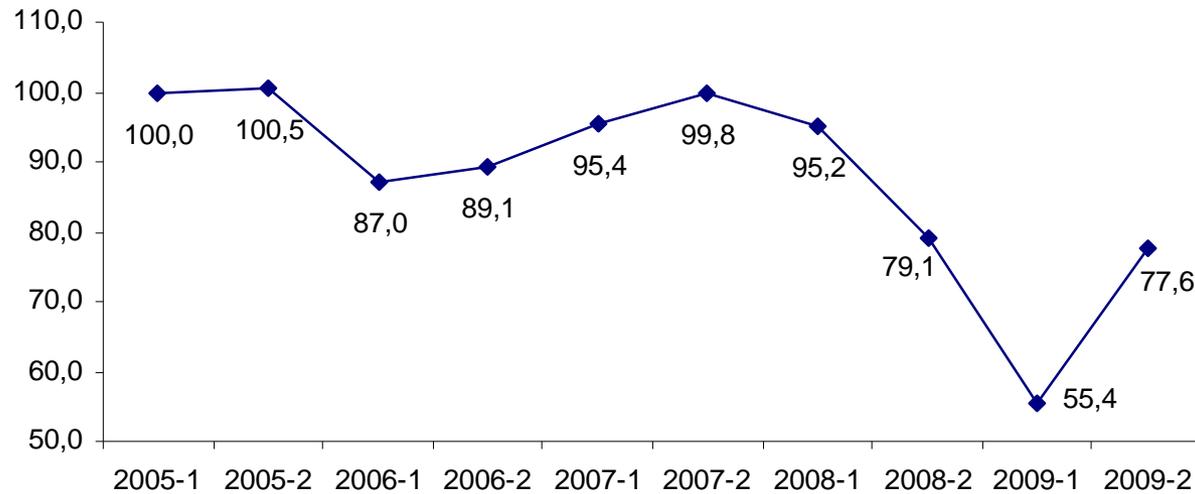
## Fatturato conto terzi - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)



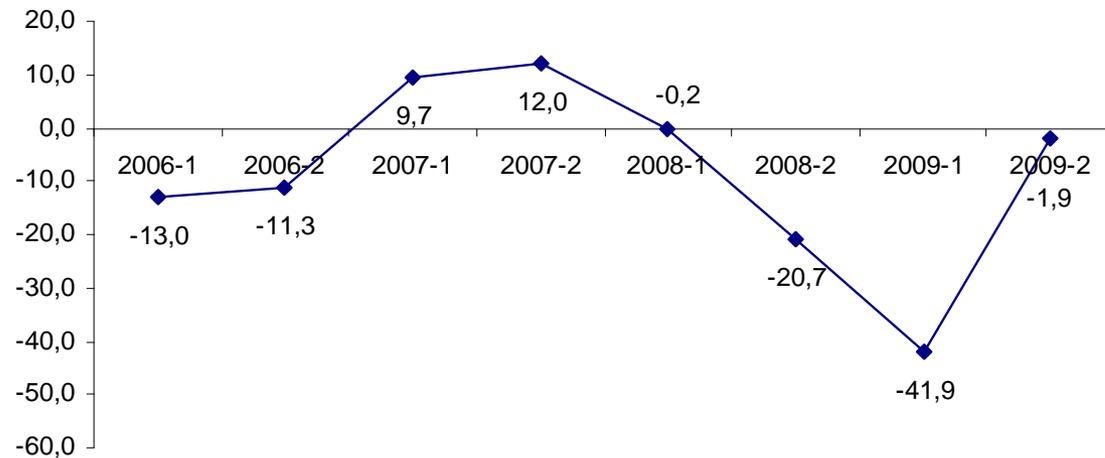
### Investimenti totali - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)



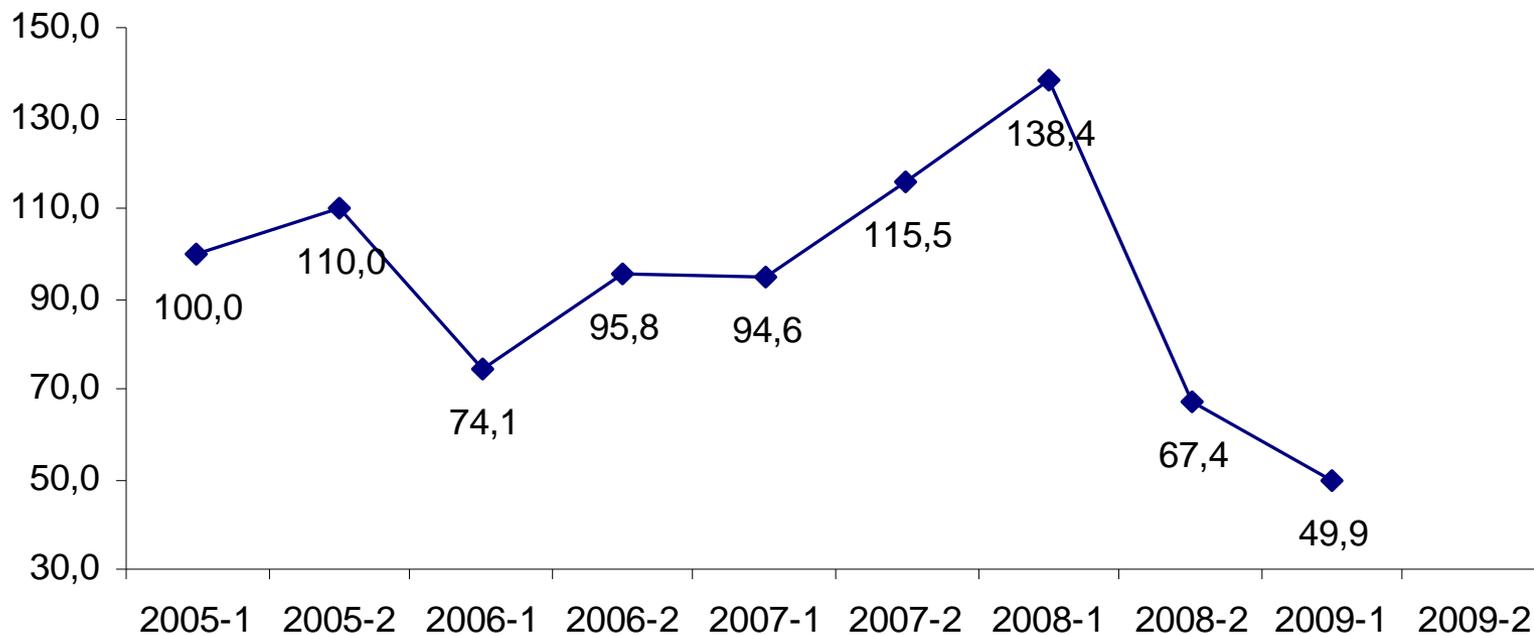
**Investimenti totali - numeri indici dei livelli per semestre**  
(primo semestre 2005=100)



**Investimenti totali - variazioni tendenziali per semestre**  
(var. % rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente)

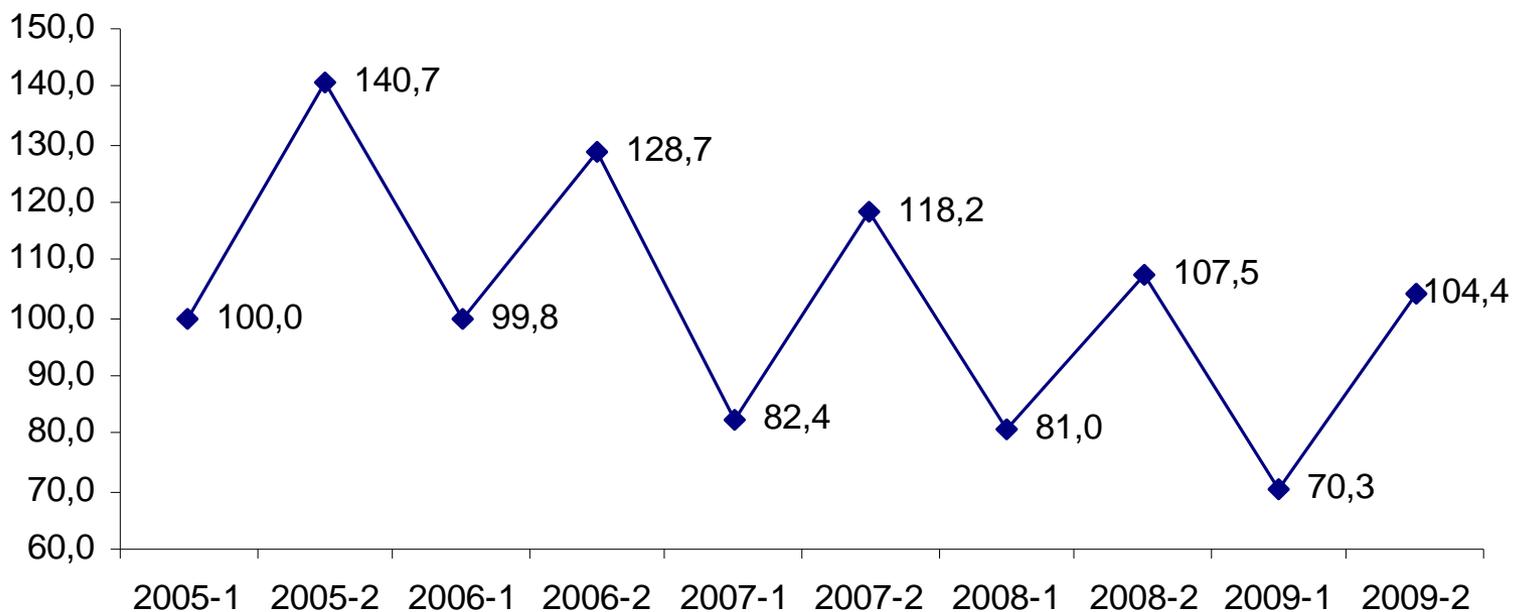


### Investimenti in macchinari - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)

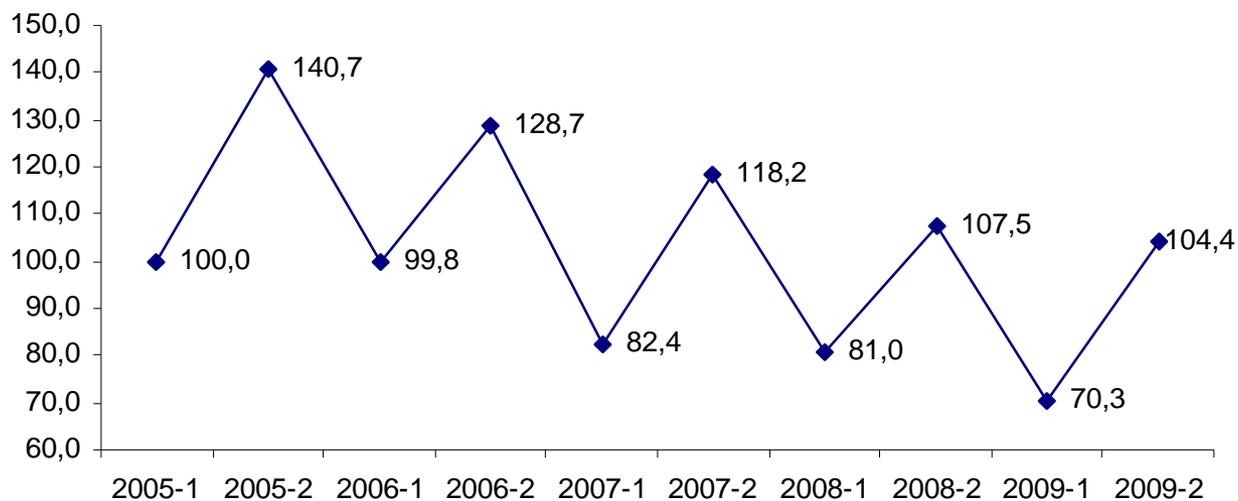


(il dato del II sem. 2009 non è statisticamente affidabile)

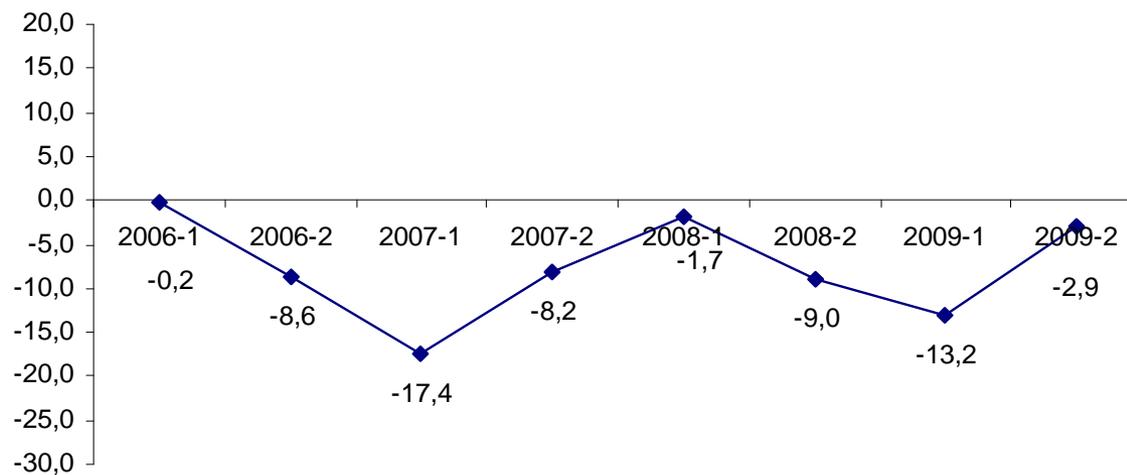
### Spese per retribuzioni - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)



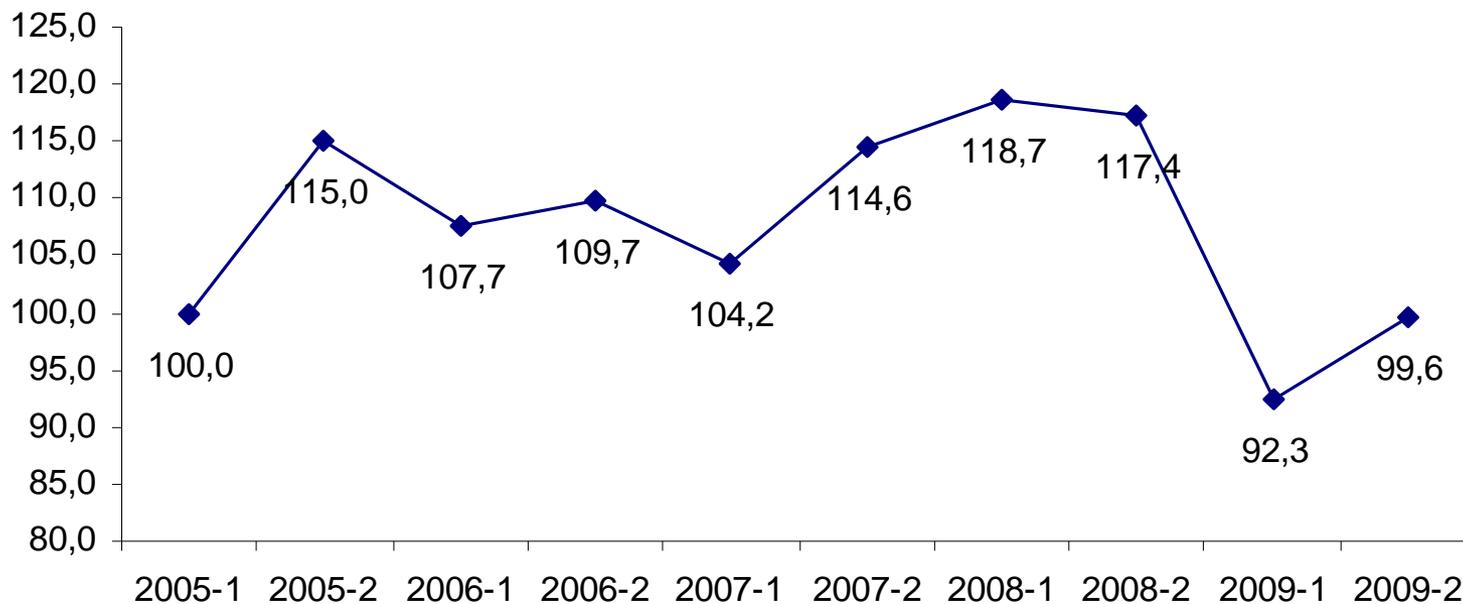
**Spese per retribuzioni - numeri indici dei livelli per semestre**  
(primo semestre 2005=100)



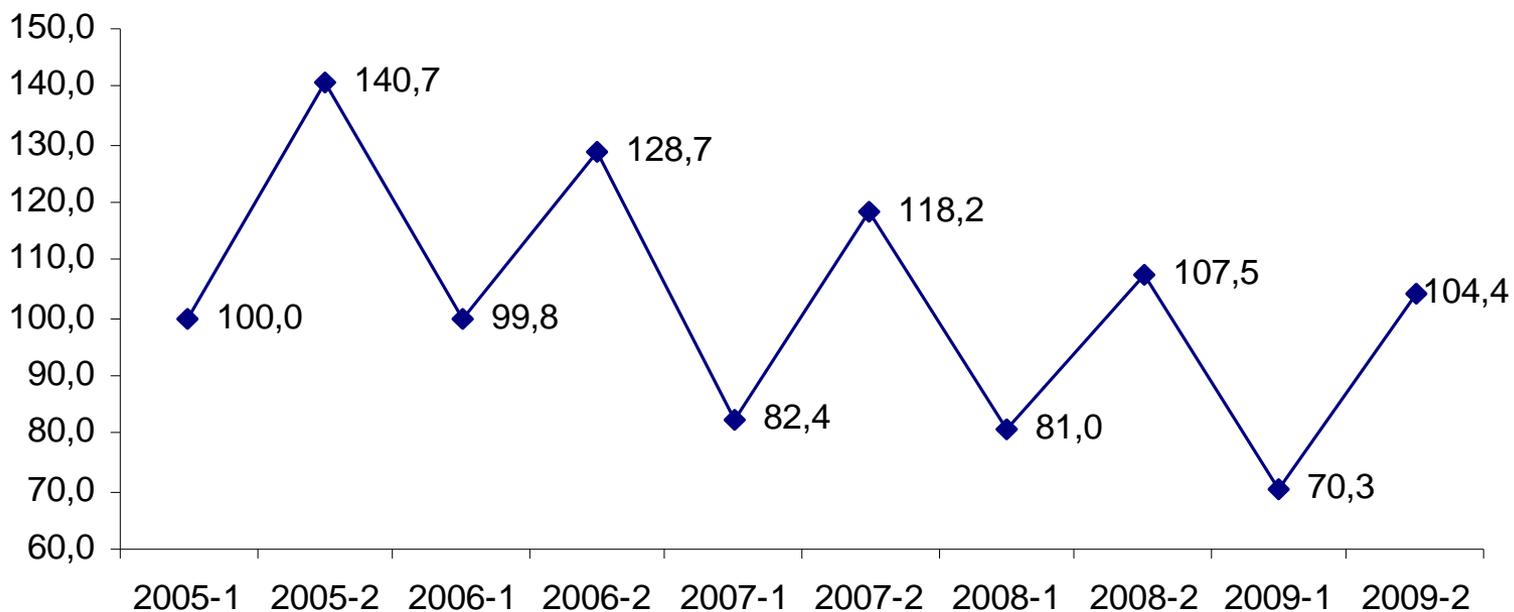
**Spese per retribuzioni - variazioni tendenziali per semestre**  
(var. % rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente)



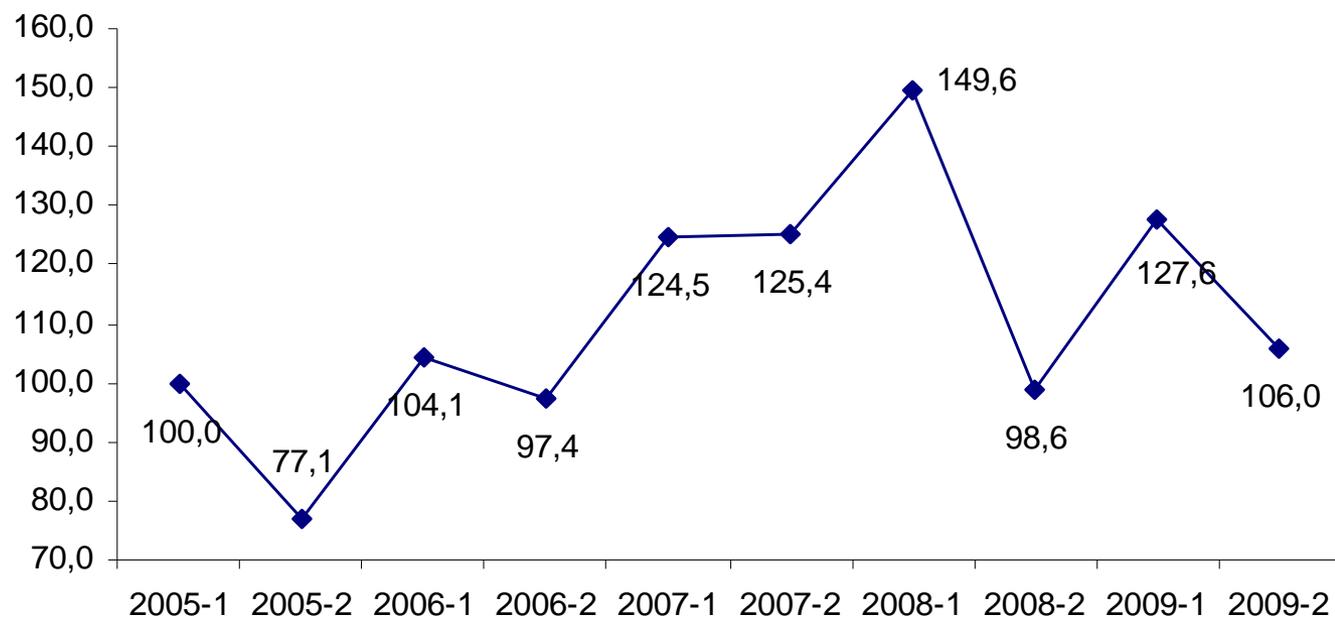
### Spesa totale per consumi - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)



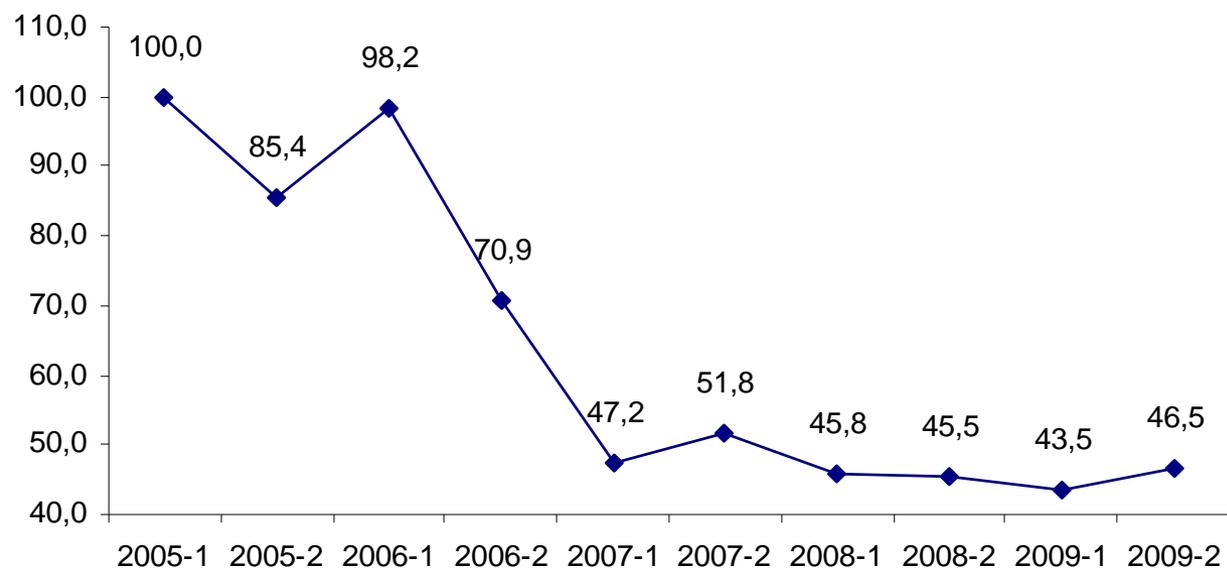
### Spese per retribuzioni - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)



### Spesa per formazione - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)

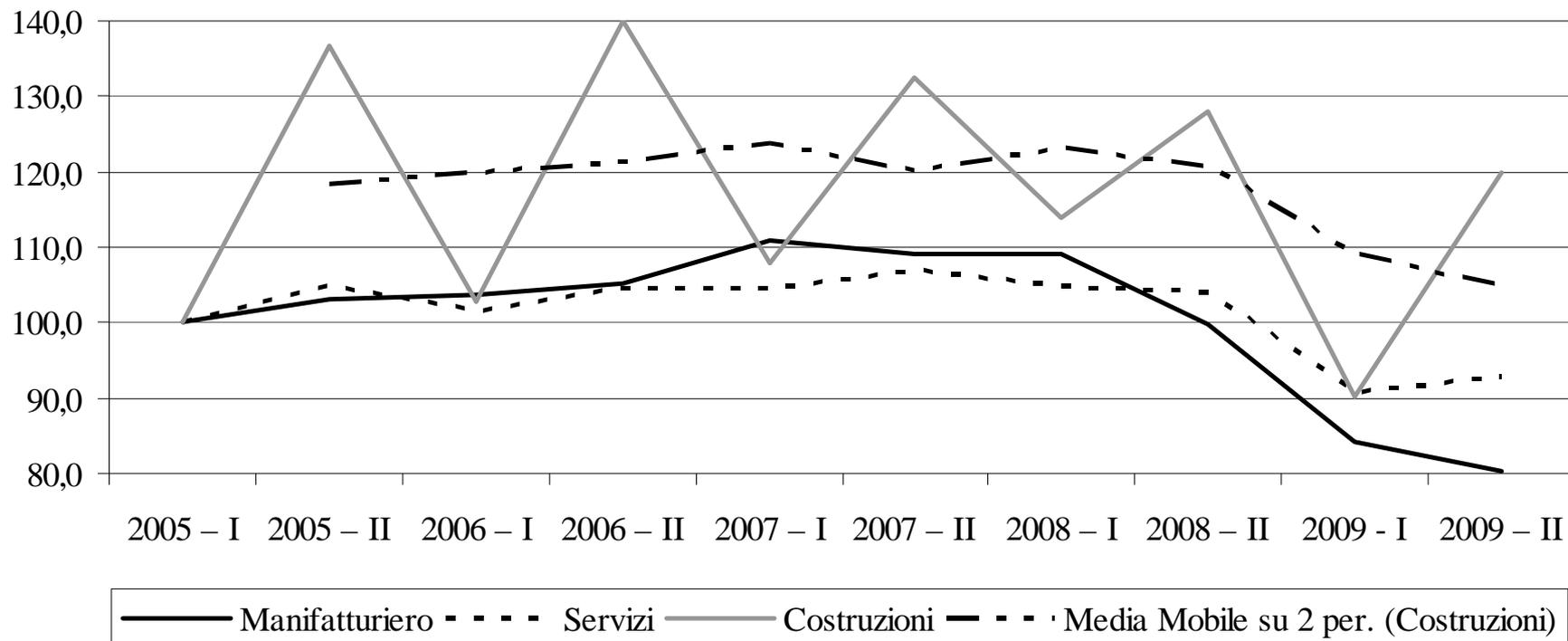


### Spesa per assicurazioni - numeri indici dei livelli per semestre (primo semestre 2005=100)

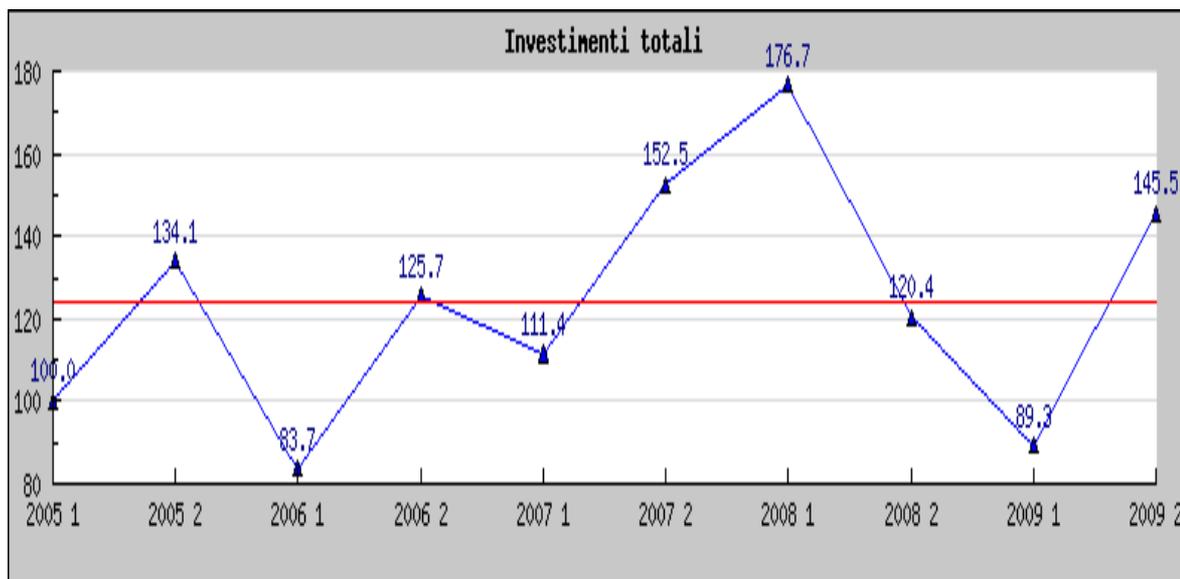
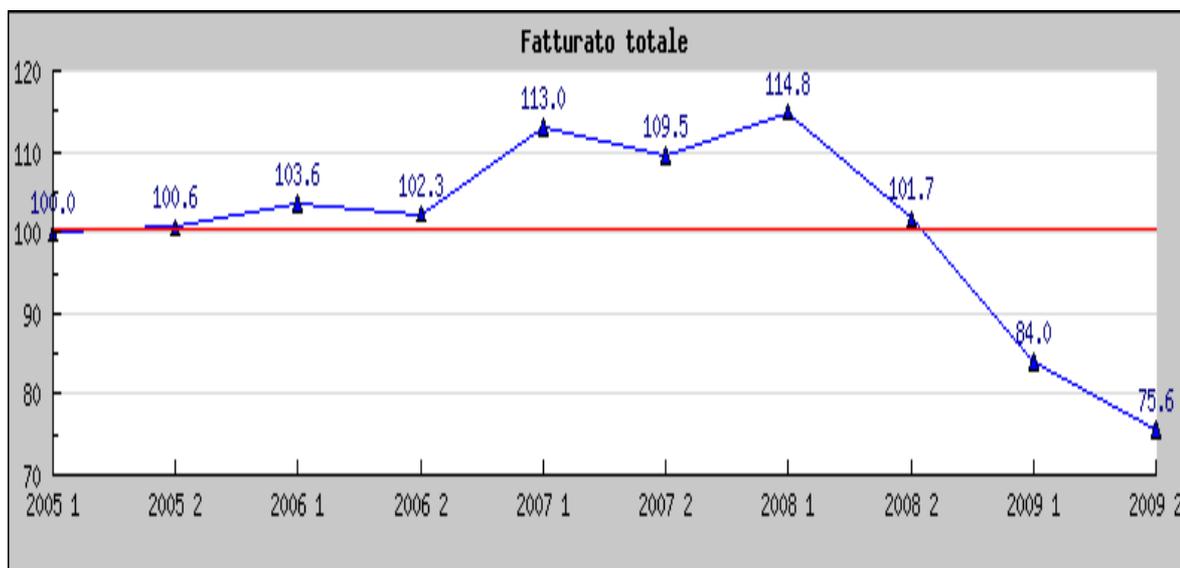


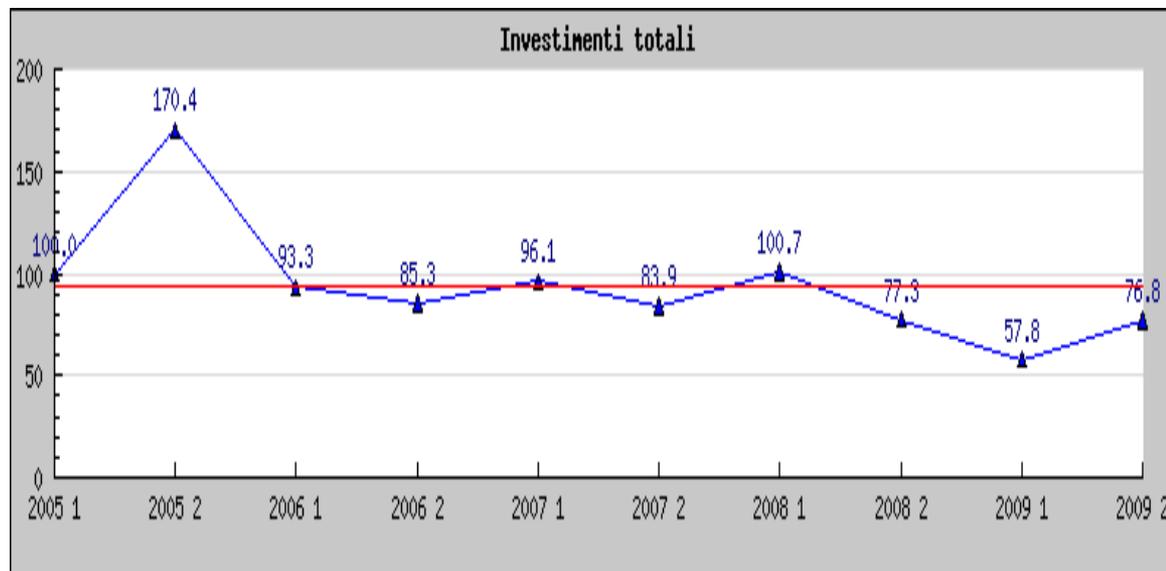
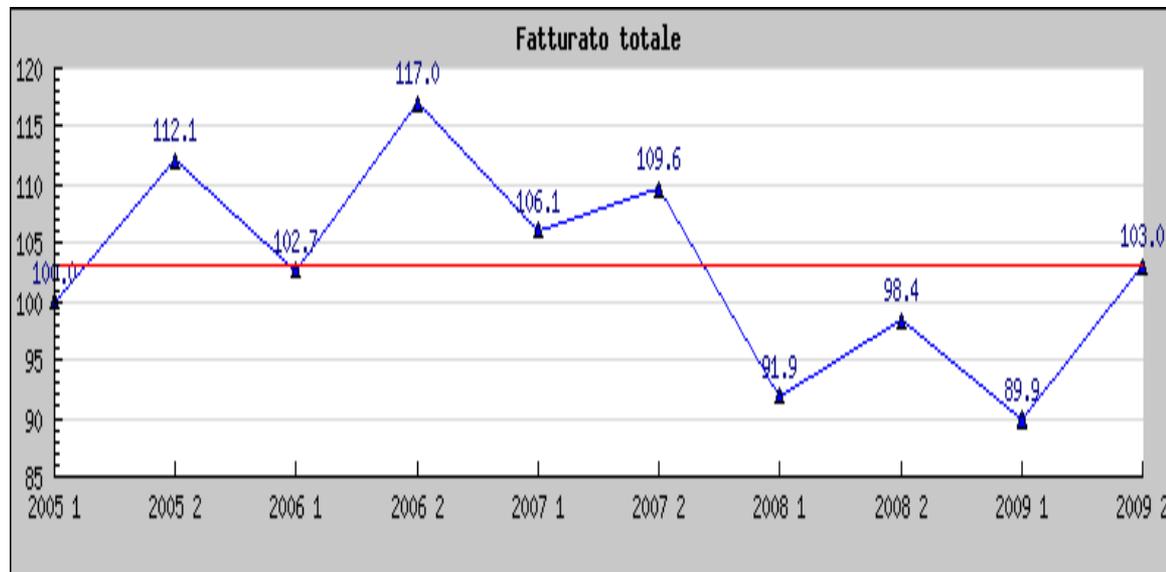
## Il fatturato per macrosettori

Fatturato - numeri indice dei livelli (I sem. 2005=100)

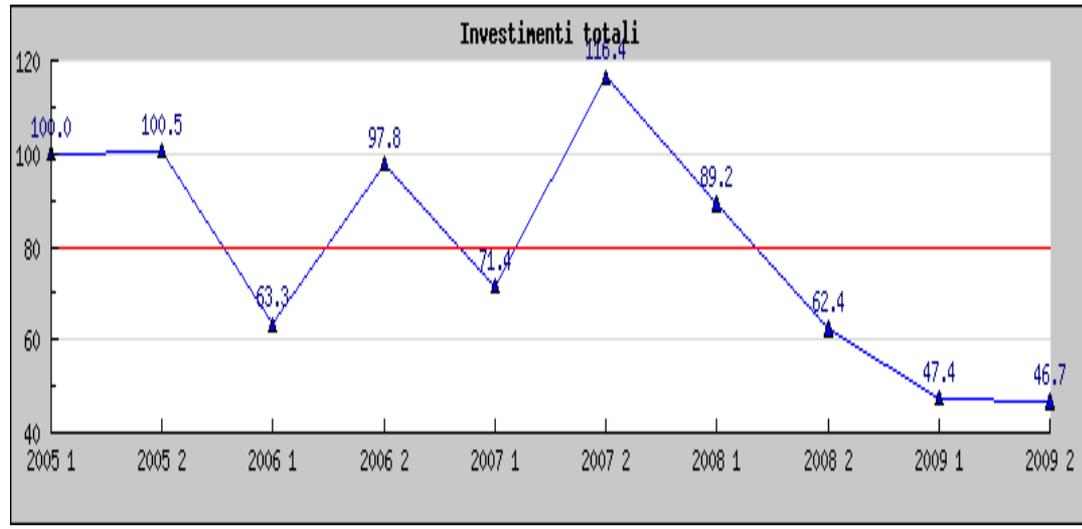
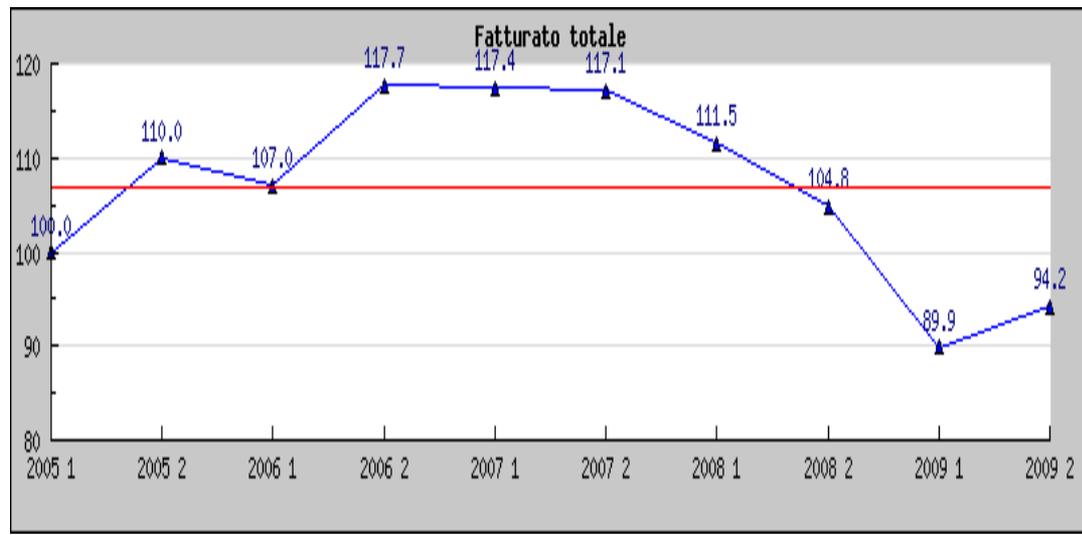


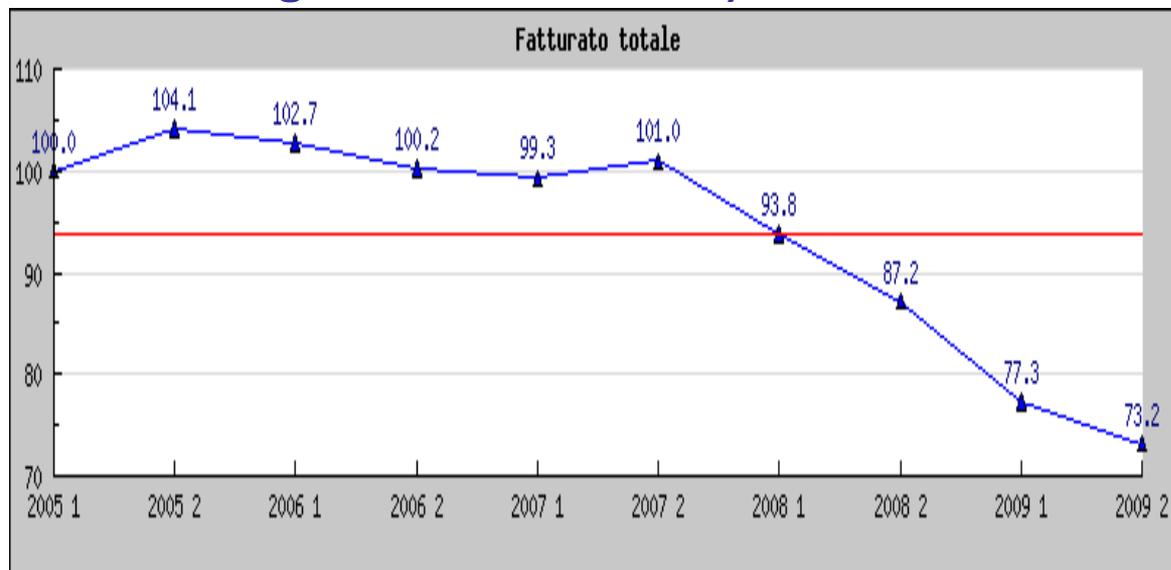
# I SETTORI MANIFATTURIERI CHE REAGISCONO: LA MECCANICA

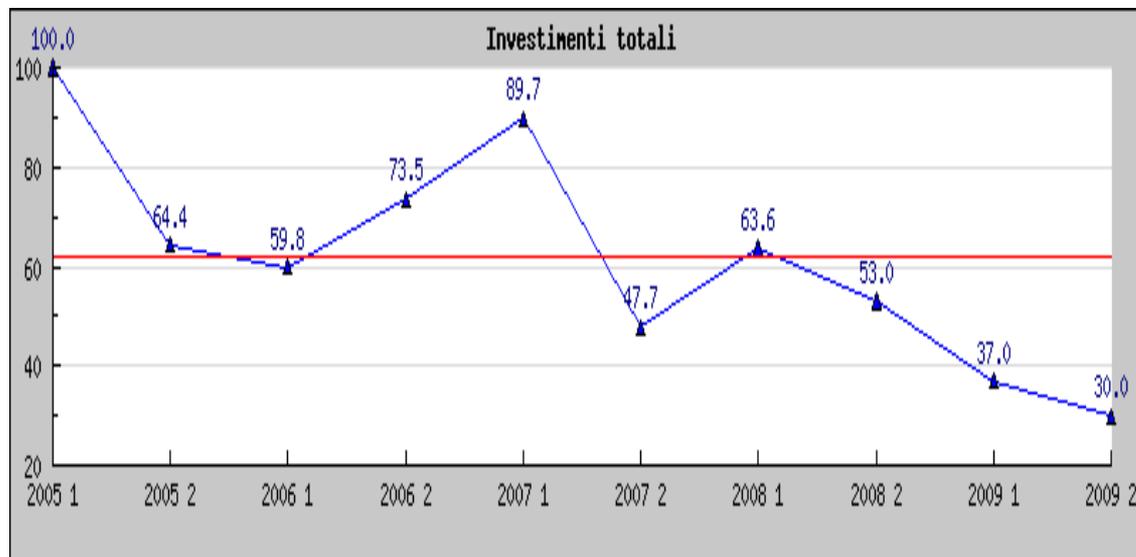
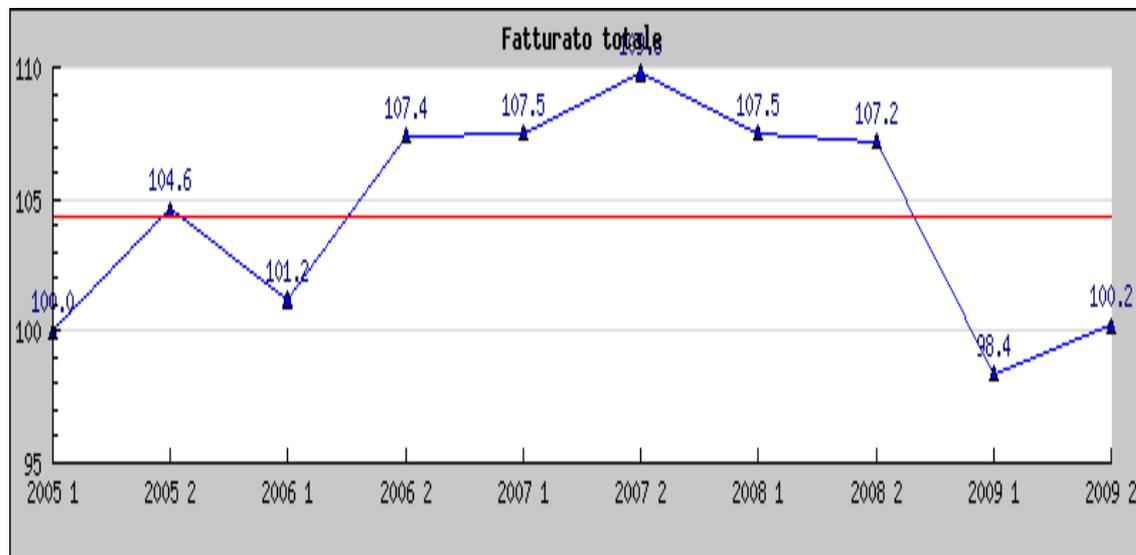


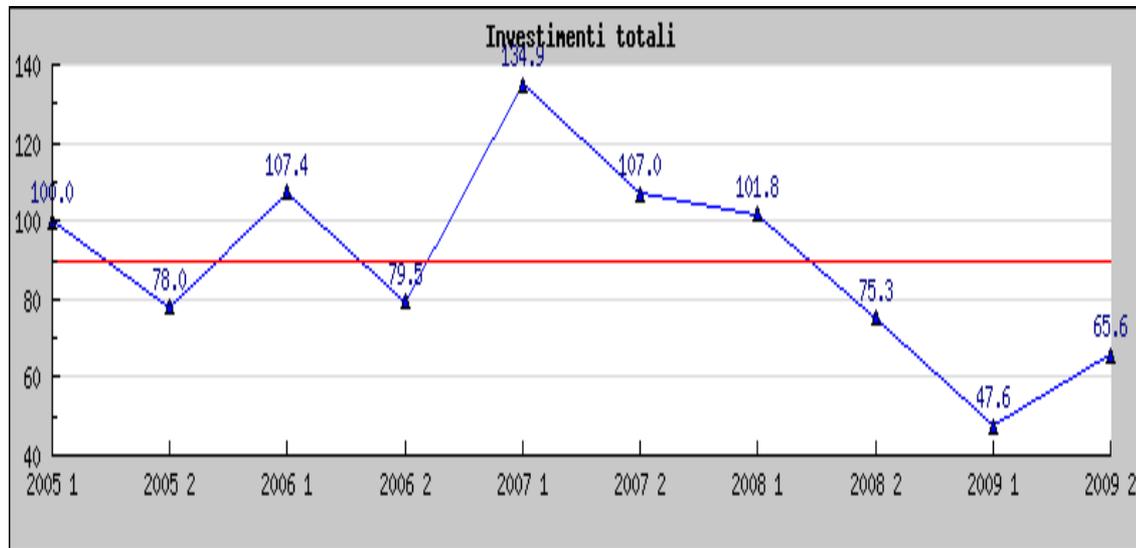
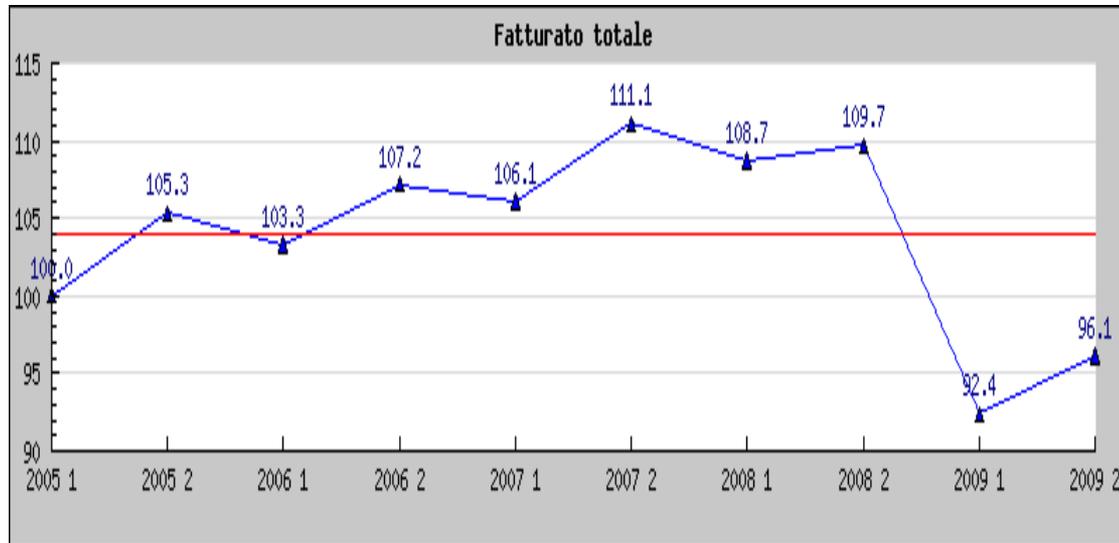


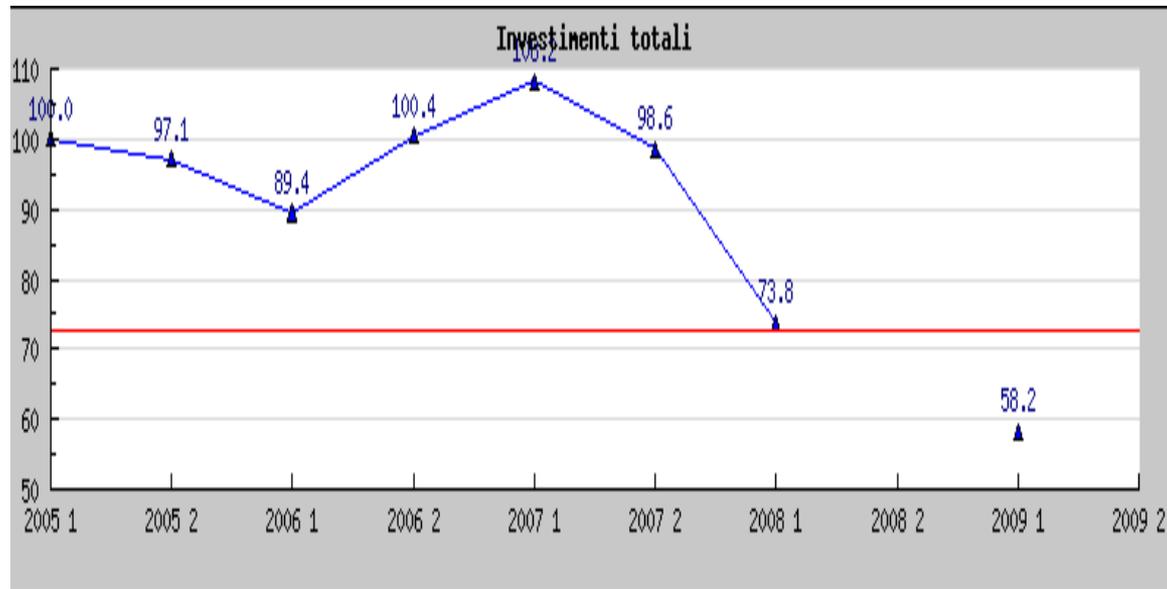
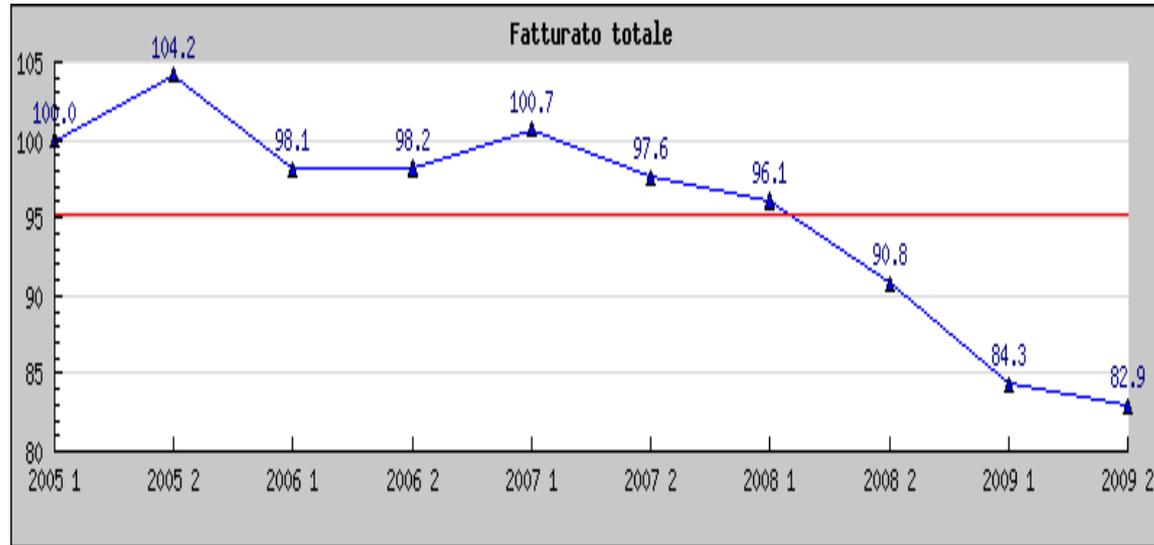
# I SETTORI MANIFATTURIERI IN DIFFICOLTA': IL LEGNO MOBILE



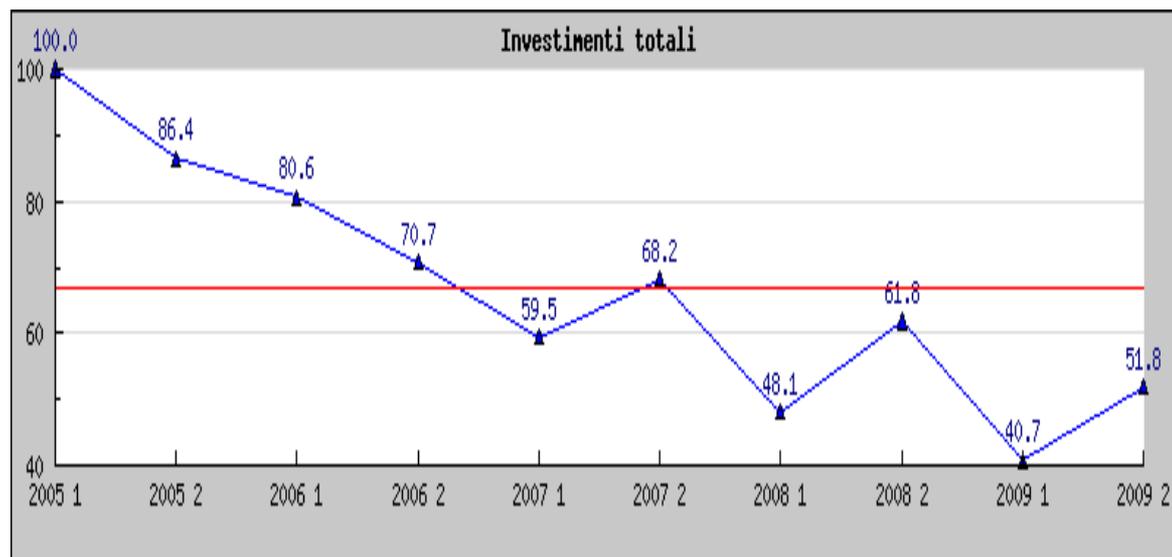
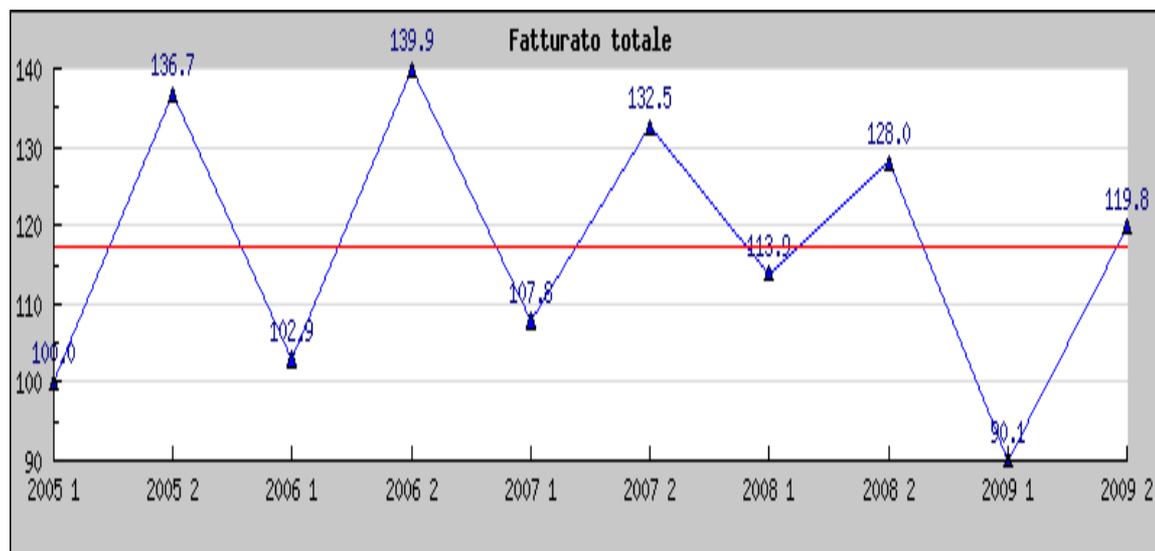




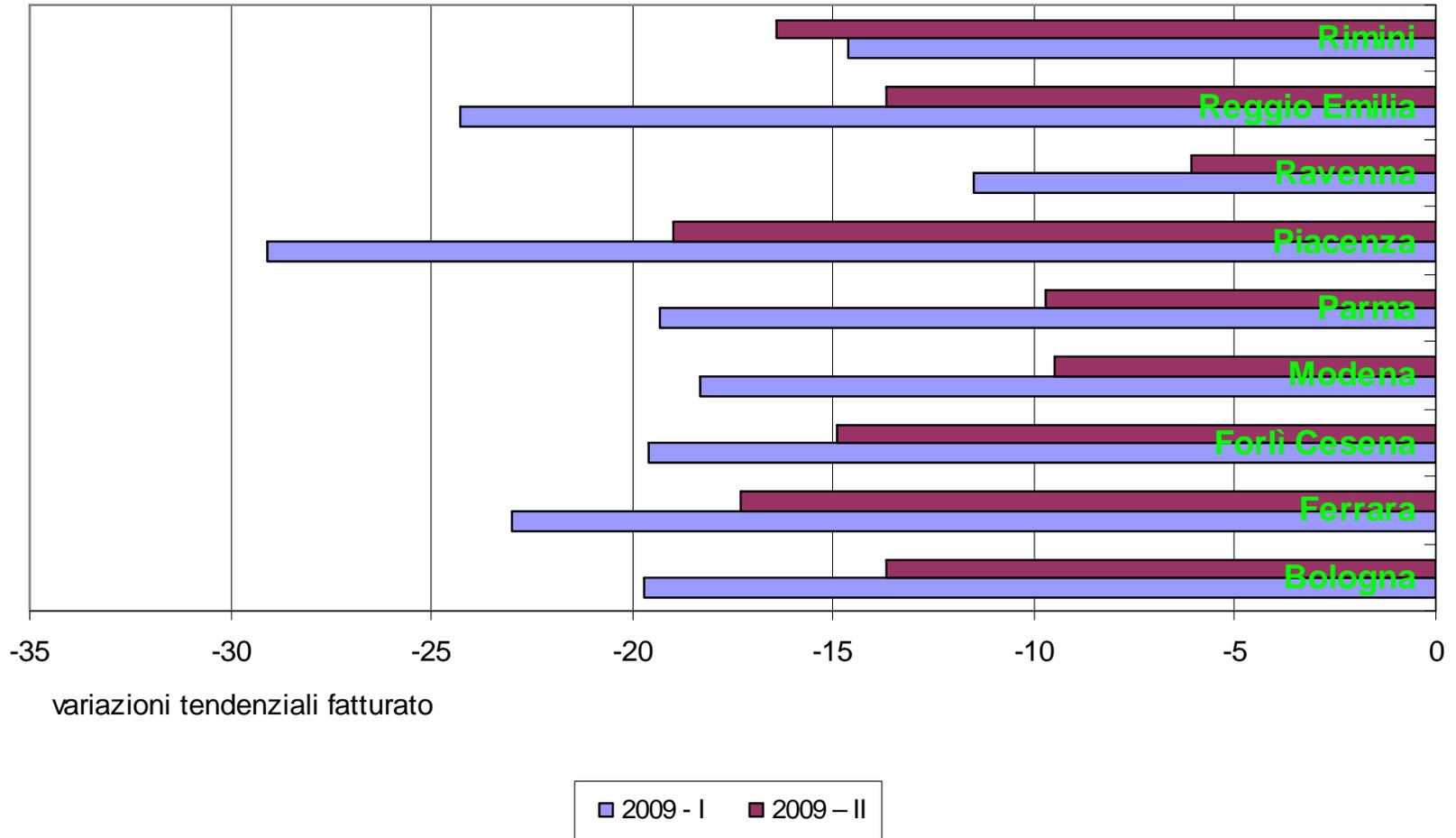




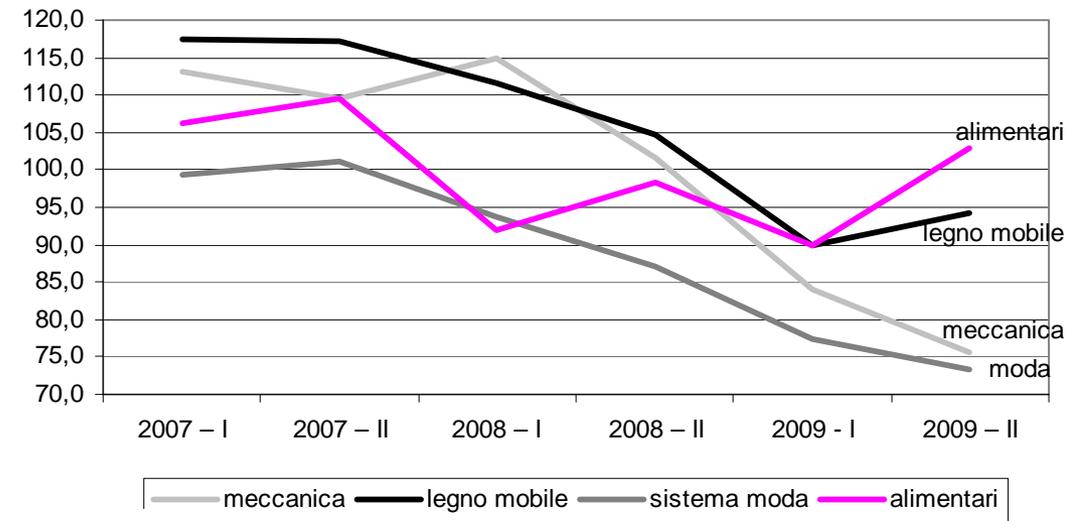
(i dati del II sem.  
 2008 e 2009 non  
 sono statisticamente  
 affidabili)



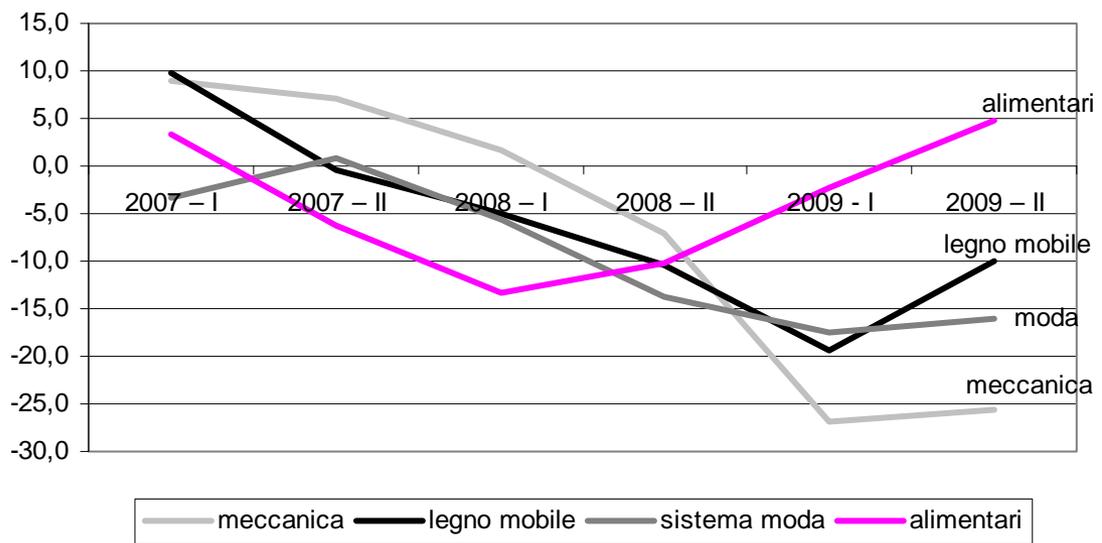
### Le variazioni tendenziali del fatturato nel 2009 per provincia



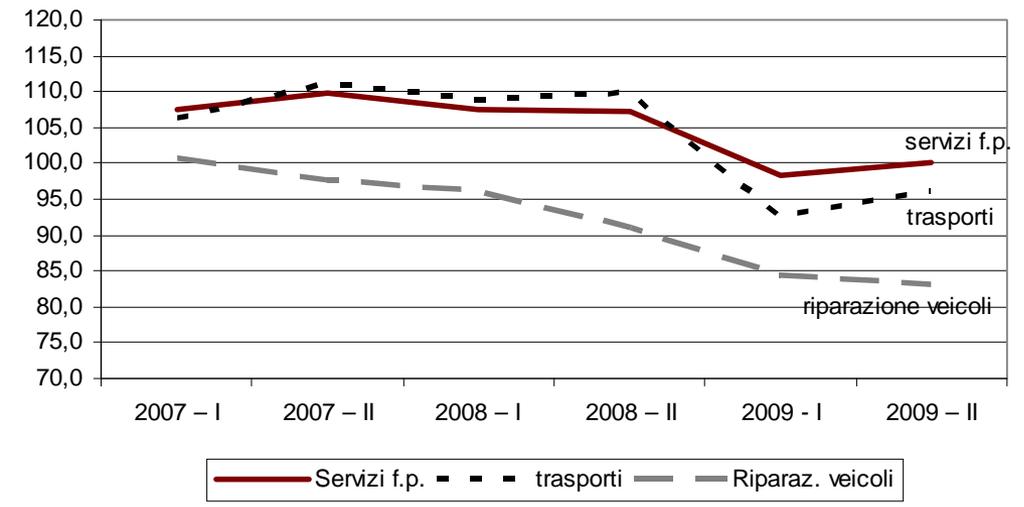
**Fatturato delle attività manifatturiere - Indice dei livelli**  
 (numeri indice; I sem.2005=100)



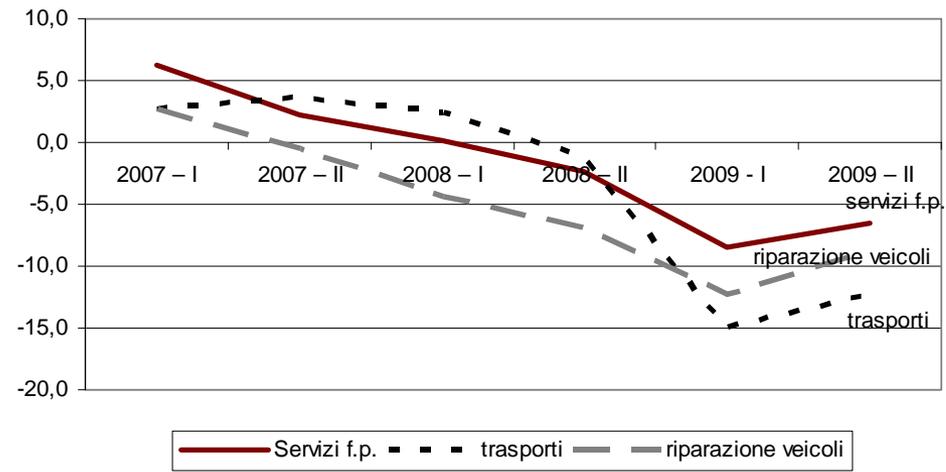
**Fatturato delle attività manifatturiere - Variazioni %tendenziali**

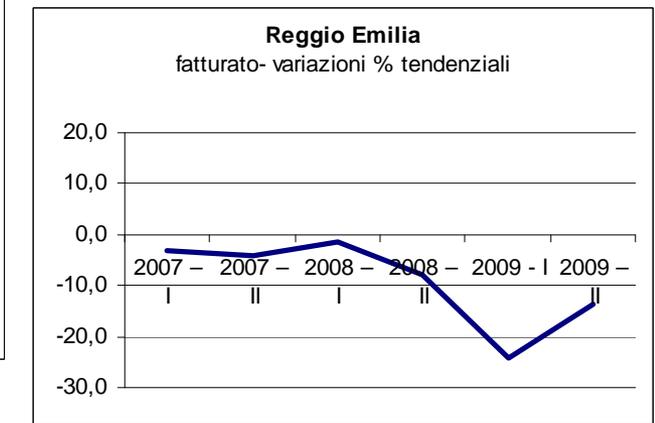
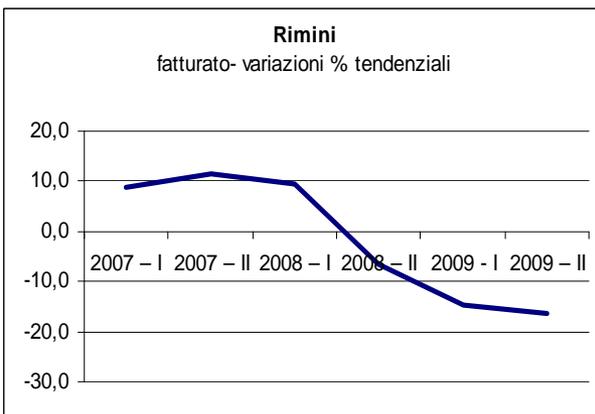
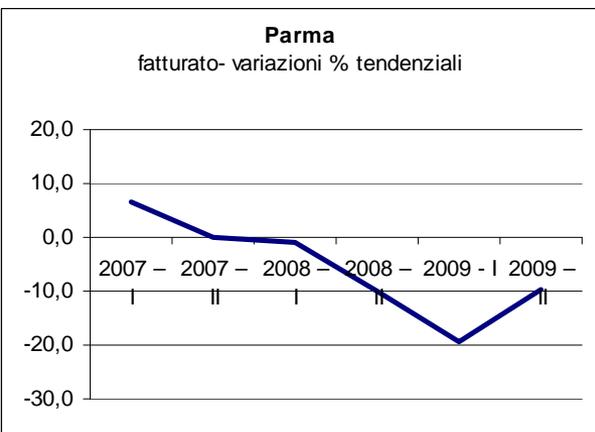
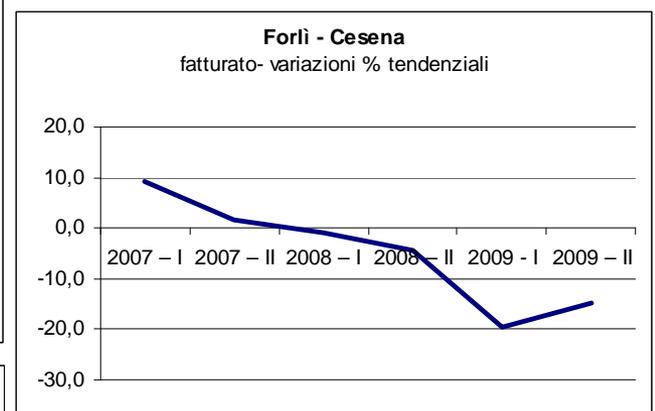
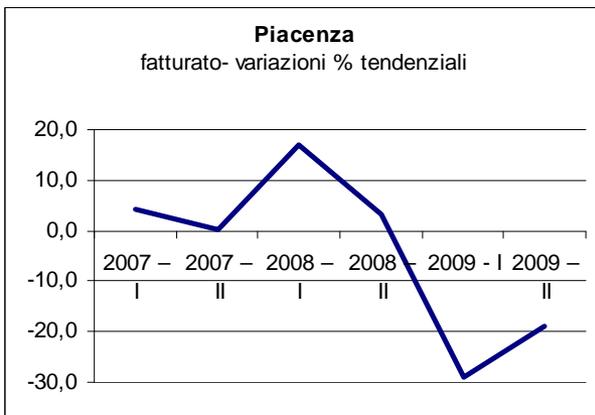
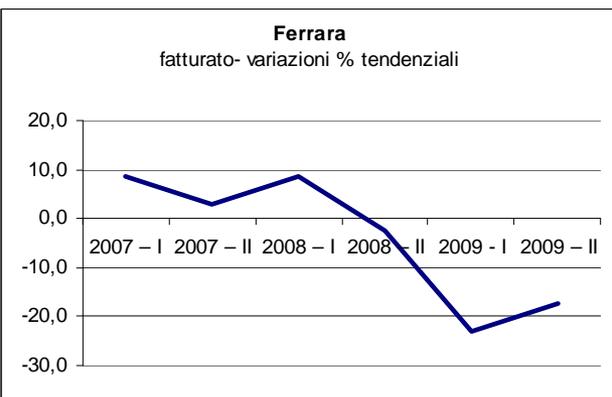
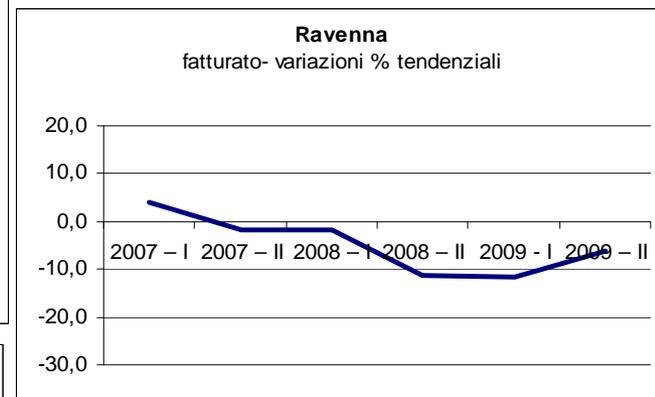
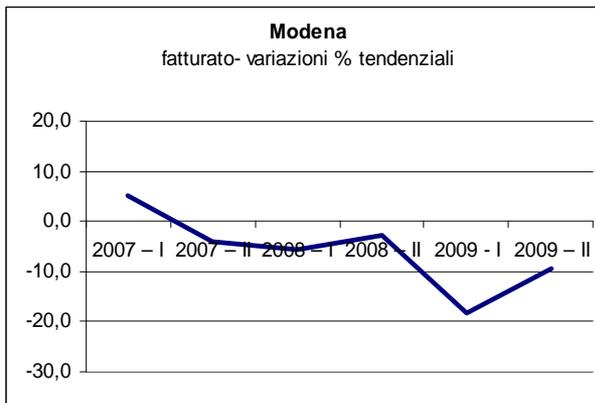
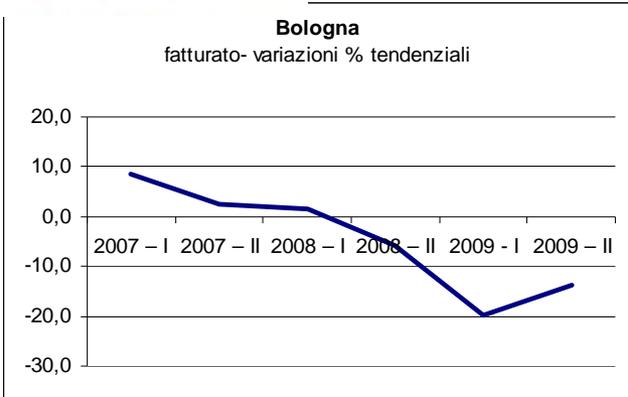


**Fatturato delle attività di servizio - Indice dei livelli**  
 (numeri indice; I sem.2005=100)



**Fatturato delle attività di servizio - Variazioni %tendenziali**







<b>TOTALE</b>	<b>57</b>	<b>100,0</b>
---------------	-----------	--------------

### L'articolazione dimensionale del campione

CLASSE ADDETTI	N° aziende	% sul campione
1 – 5	4	7,0
6 – 10	5	8,8
11 – 20	19	33,3
21 - 50	16	28,1
> 51	13	22,8
<b>TOTALE</b>	<b>57</b>	<b>100,0</b>

<b>TOTALE</b>	<b>57</b>	<b>100,0</b>
---------------	-----------	--------------

### L'articolazione dimensionale del campione

CLASSE ADDETTI	N° aziende	% sul campione
1 – 5	4	7,0
6 – 10	5	8,8
11 – 20	19	33,3
21 - 50	16	28,1
> 51	13	22,8
<b>TOTALE</b>	<b>57</b>	<b>100,0</b>

## la situazione attuale delle imprese

Anno analisi	Totale aziende	Aziende con fatturato 2009 in aumento	Aziende con fatturato 2009 in diminuzio ne	Aziende con fatturato 2009 invariato	Aziende fallite	Altri
2000	4	1	1	1		1
2001	5	1	1	1	2	
2002	6	2	3		1	
2003	8	5	3			
2004	8	2	3	3		
2005	7	3	3			1
2006	6	1	2	2		1
2007	8	6	1	1		
2008	5	2	1	2		
<b>Totale</b>	<b>57</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## Le tipologie di azienda individuate

- **Gli Specialisti**  
aziende che hanno perseguito strategie di leadership in particolari nicchie di mercato
- **Gli addetti alle emergenze**  
aziende orientate alla massima flessibilità nei confronti delle esigenze dei clienti
- **Organizzati prima di tutto**  
aziende con alti livelli di organizzazione della produzione,
- **La squadra**  
aziende che puntano prima di tutto sulle persone
- **Gli innovatori**  
aziende costantemente alla ricerca dell'innovazione di prodotto e di processo
- **Le globali**  
aziende inserite in percorsi di internazionalizzazione consolidati

Fig. 1 - Variazione % fatturato (rispetto a anno 2007). Fonte: elaborazione Unimi su dati TrendER e dati benchmarking.

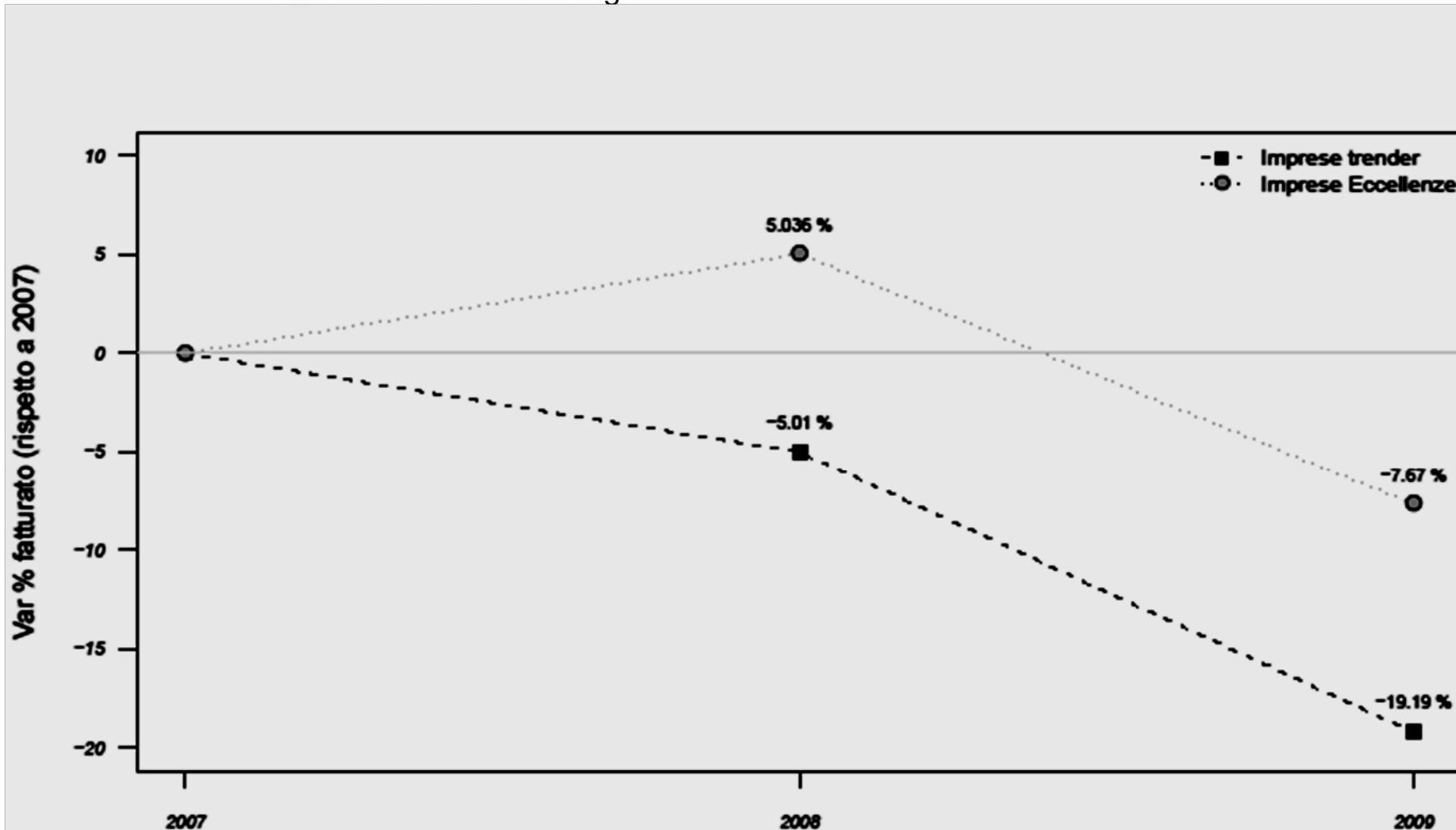


Fig. 2 - Variazione % fatturato (rispetto a anno 2007) con distinzione imprese eccellenti con meno e più di 20 addetti e imprese eccellenti con meno e più di 15 anni. Fonte: elaborazione Unimi su dati TrendER e dati benchmarking.

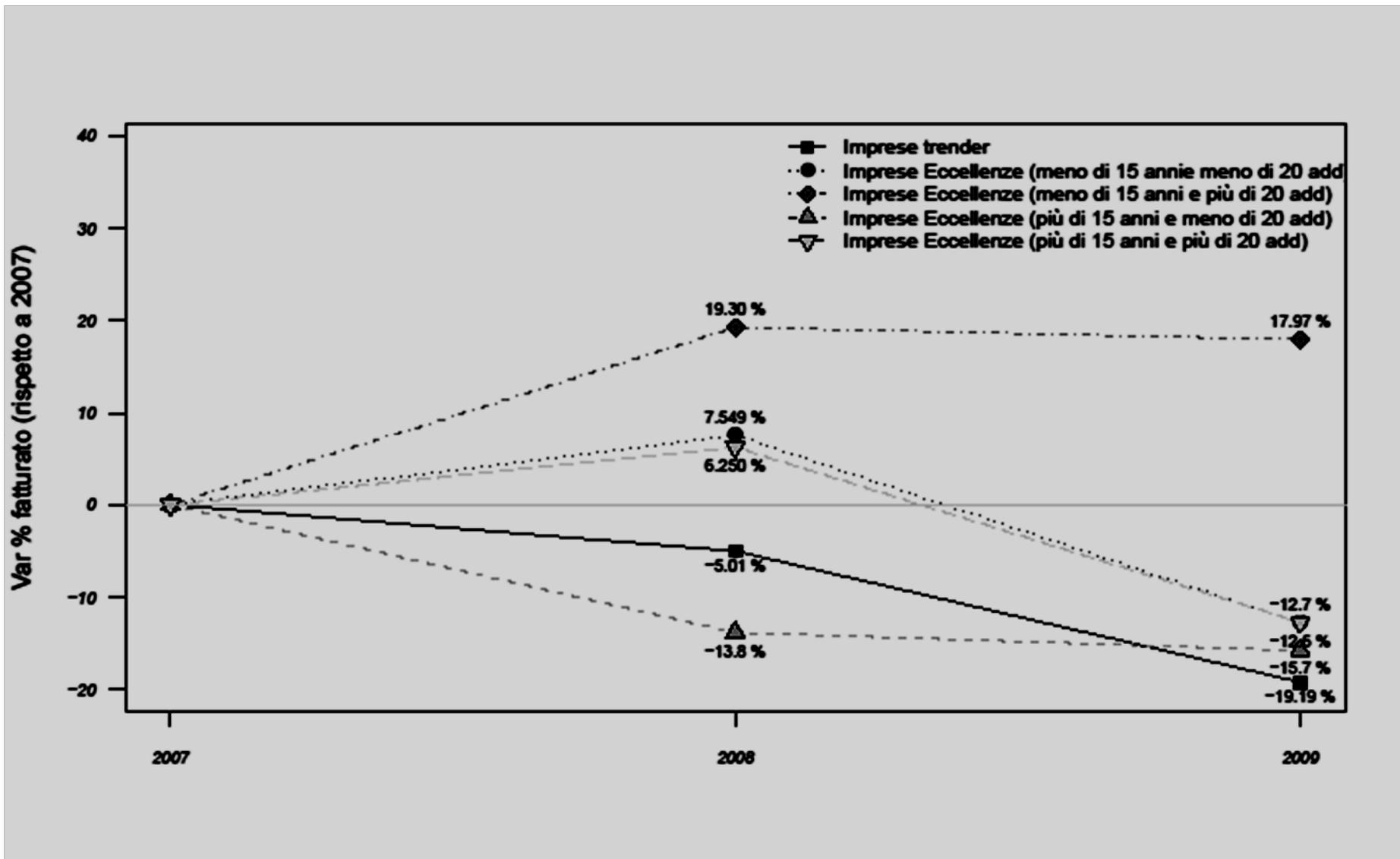


Fig. 3 – Matrice che sintetizza l'innovazione con focus su fornitori, tra cui centri di ricerca e territorio, clienti e concorrenti. Fonte: elaborazione Unimi su dati benchmarking

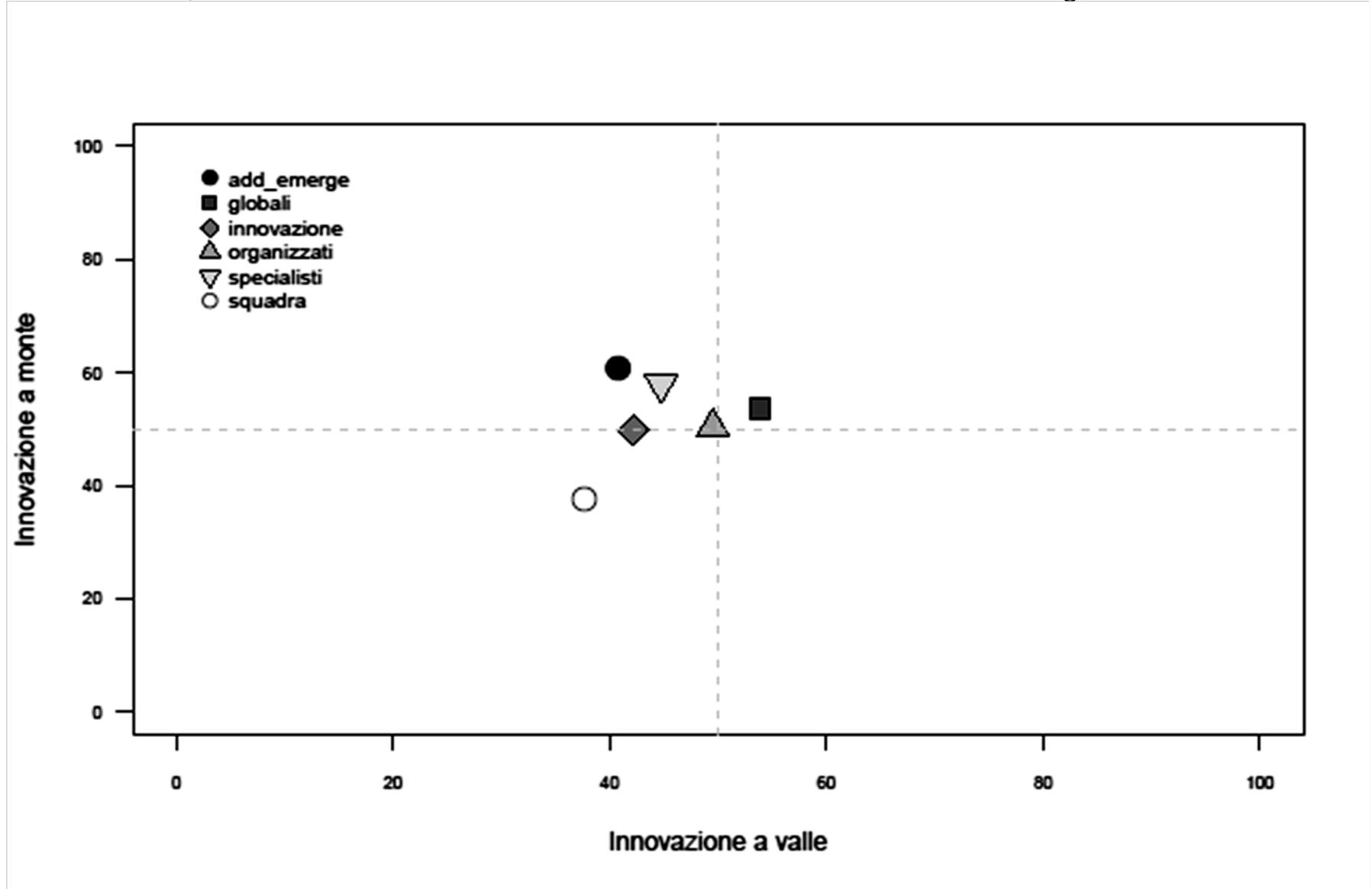


Fig.4– Radar che rappresentano i principali indicatori riferiti a innovazione orizzontale. Fonte: elaborazione Unimi su dati benchmarking.

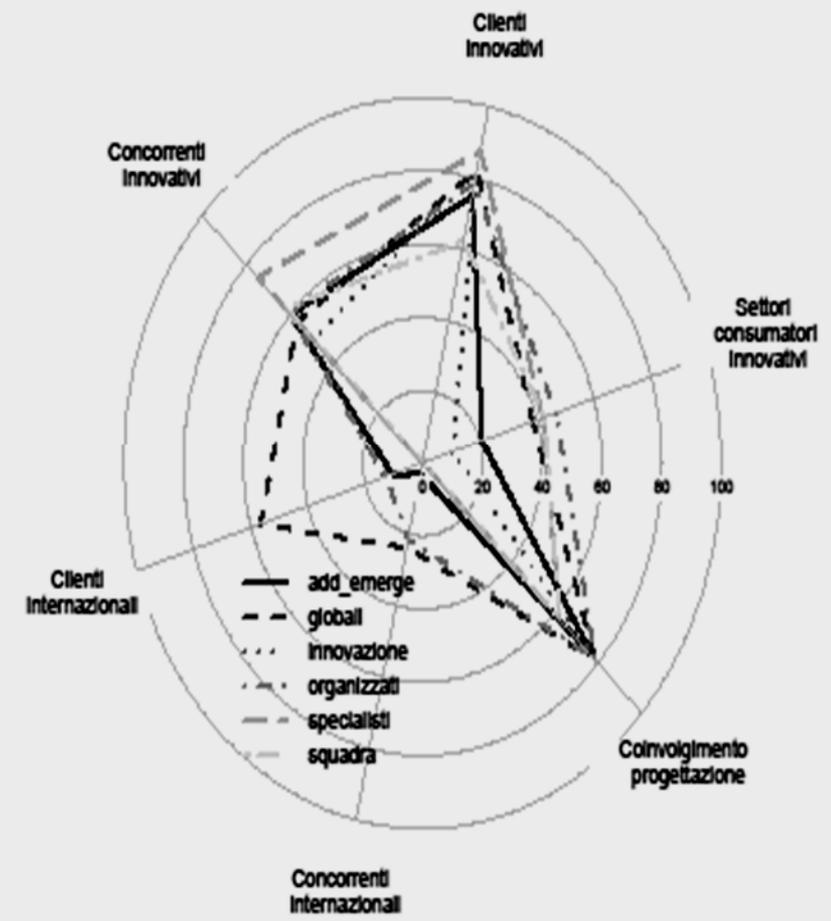
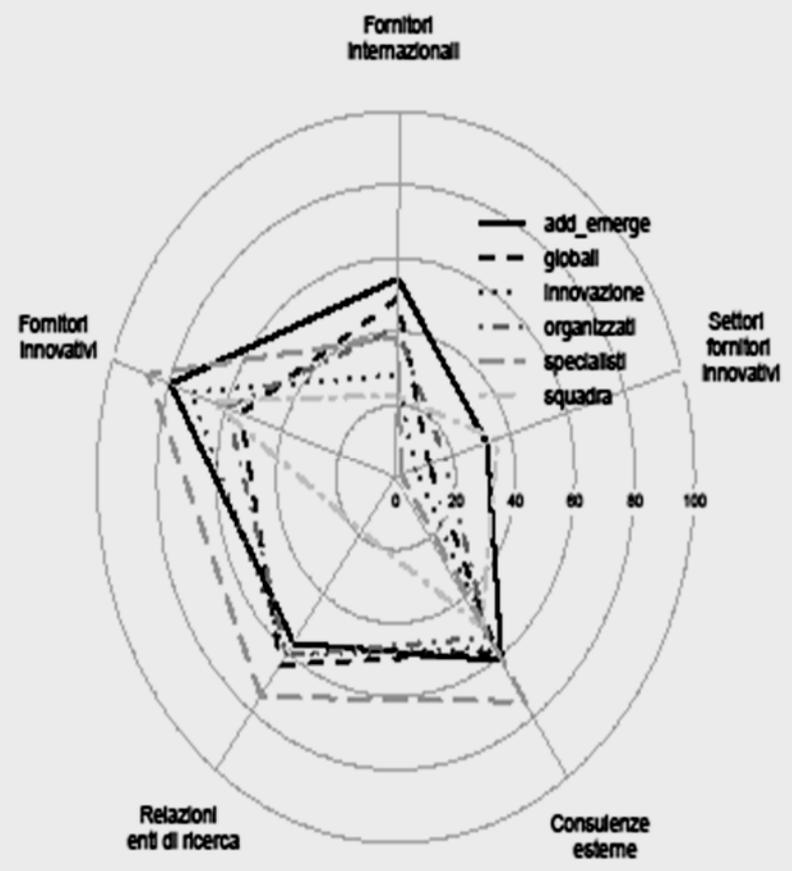


Fig. 5 – Matrice che sintetizza l'innovazione con focus su management, collaboratori e processi produttivi. Fonte: elaborazione Unimi su dati benchmarking

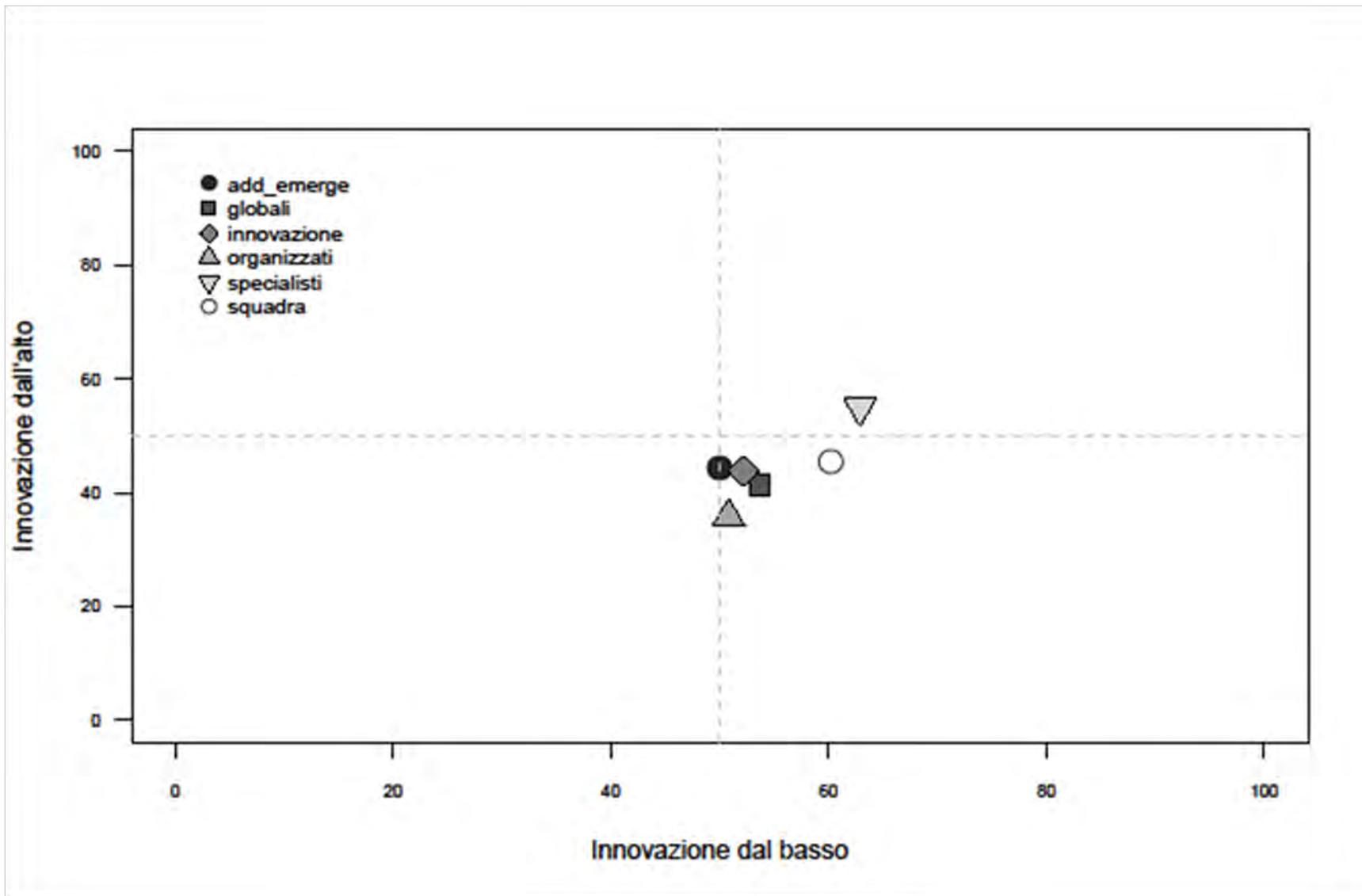
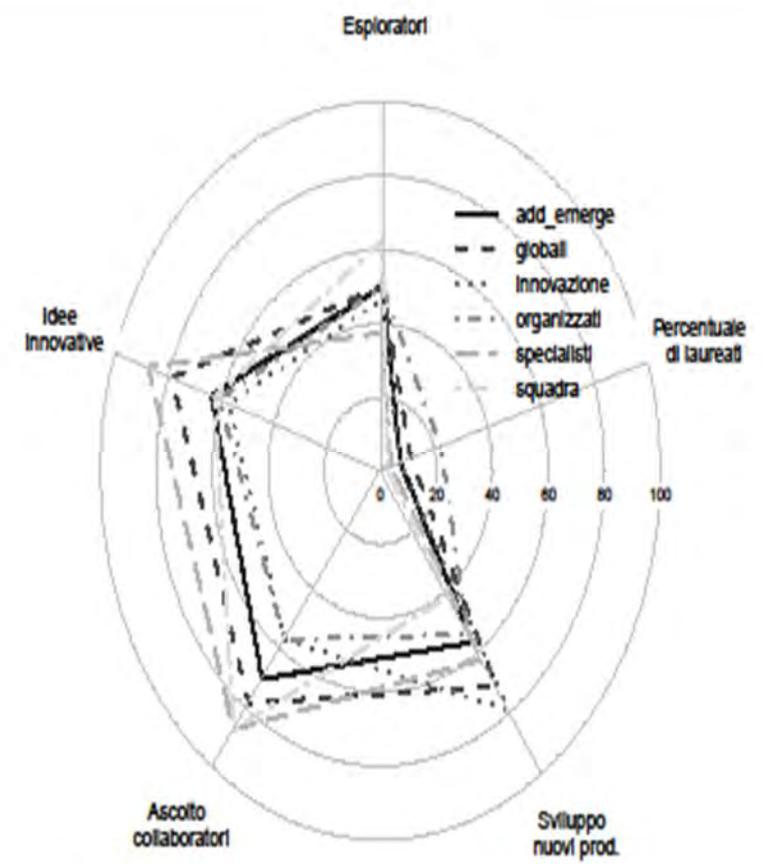
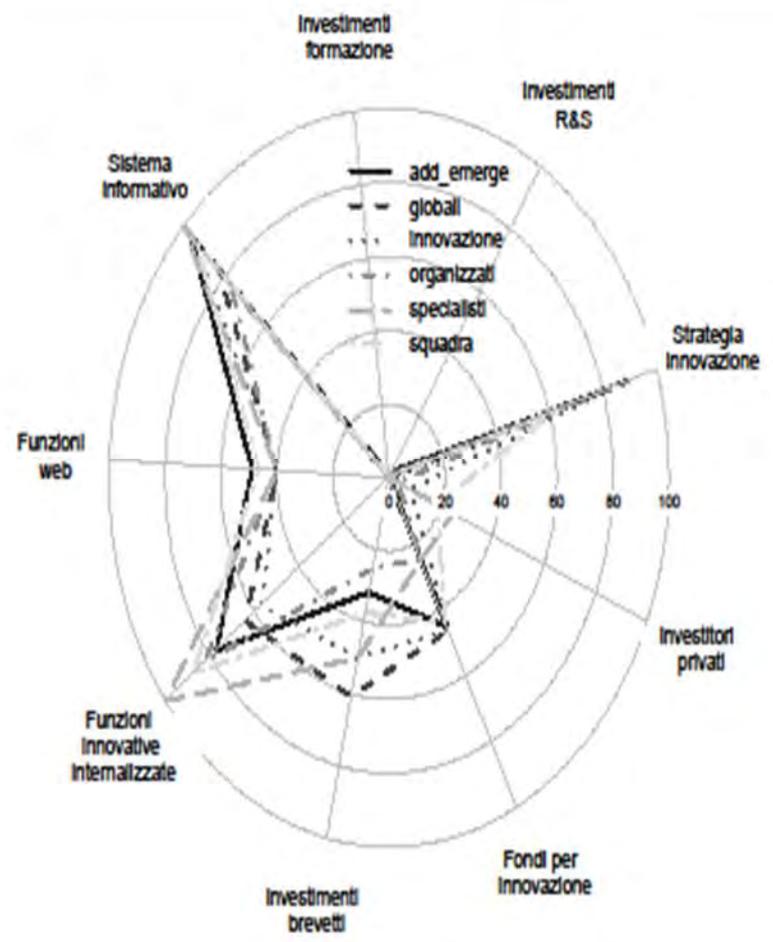


Fig. 6 – Radar che rappresentano i principali indicatori riferiti a innovazione verticale. Fonte: elaborazione Unimi su dati benchmarking.



**FINE**