



2019-086mut/Es01; Milano, 16.12.2019

## OSSERVATORIO CONGIUNTURALE SUL MERCATO DELLE MACCHINE UTENSILI E DEGLI UTENSILI INDUSTRIALI

**DOPO TRE ANNI DI CRESCITA CONTINUA, IL SETTORE DELLE MACCHINE UTENSILI E DEGLI UTENSILI INDUSTRIALI NEL III TRIMESTRE DEL 2019 SI SCONTRA CON UNA FASE DI STAGNAZIONE, A PREOCCUPARE MAGGIORMENTE LE IMPRESE (SIA DAL LATO DOMANDA CHE DA QUELLO DELLA DISTRIBUZIONE) È LA SITUAZIONE ECONOMICA GENERALE DEL SISTEMA ITALIA. MAGGIORE FIDUCIA INVECE È RIPOSTA SULLE CAPACITÀ DI RESILIENZA DELLE PROPRIE IMPRESE**

Il clima di fiducia delle imprese del settore delle macchine utensili e degli utensili industriali nel III trimestre del 2019 lascia poco spazio alle interpretazioni: la situazione economica complessiva del sistema-Paese è peggiorata. Va un po' meglio (anche se rimane in territorio di contrazione), l'andamento economico che gli imprenditori attribuiscono alla propria impresa e la previsione che fanno per il prossimo trimestre. Il livello di produzione attuale, rispetto al trimestre precedente, per il 21,7% risulta in calo mentre per il 14,3% risulta più alto, la situazione complessiva della produzione è pertanto leggermente in calo. Il riflesso di una congiuntura di mercato negativa si riscontra anche nel livello di scorte che risulta mediamente aumentato rispetto al trimestre precedente. Sostanzialmente stazionario risulta il volume delle esportazioni, in significativa diminuzione soltanto tra le imprese che operano nella lavorazione dei metalli. Tra le imprese che dichiarano ostacoli alla produzione (il 20,9% del campione), le criticità più comuni riguardano l'insufficienza della domanda (53,8%) e la scarsità di manodopera (33,2%), quest'ultima particolarmente grave nel Triveneto (54,9%). Dal lato degli investimenti, il 28,2% delle imprese del settore ha in programma di investire in macchine utensili nel prossimo biennio, come prevedibile, la propensione a questo investimento è direttamente correlata alla dimensione aziendale. Le ragioni dell'investimento riguardano soprattutto l'ampliamento produttivo (32,2% di imprese), la sostituzione dei macchinari obsoleti (29,1%) e la razionalizzazione del processo produttivo (27,9%). Il servizio di assistenza e manutenzione risulta il fattore più determinante per la scelta di un brand italiano, i brand esteri vengono invece scelti più per il valore e l'affidabilità del brand. Il canale di informazione più utilizzato è il contatto con un rappresentante commerciale (65,6% delle imprese del campione), seguono,

Format Research s.r.l.  
Sede Legale  
Via Ugo Balzani 77  
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Tel +39.06.86.32.86.81,  
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA:  
04268451004  
Cap. Soc. € 25.850,00i.v.

[www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)  
[info@formatresearch.com](mailto:info@formatresearch.com)  
[format@pec.formatresearch.com](mailto:format@pec.formatresearch.com)



UNI EN ISO 9001:2015  
CERT. N° 1049

il sito web del produttore (29,7%) e le riviste di settore (22,9%). I canali più diffusi per comprendere il funzionamento dei macchinari, sono invece: la formazione iniziale (63,9%) e l'assistenza post-vendita (53,7%) entrambe garantite dal fornitore. Infine, quasi nove imprese su dieci hanno partecipato almeno ad un'expo, una fiera o uno showroom.

## **IMPRESE DELLA DOMANDA**

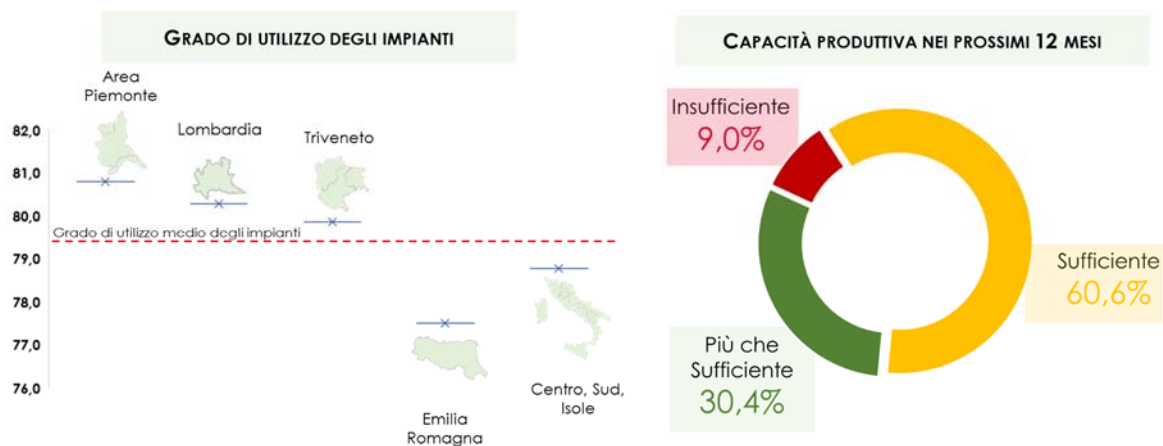
### **Il clima di fiducia**

La situazione economica italiana, secondo le imprese della domanda di macchine utensili e utensili industriali, è nettamente peggiorata negli ultimi tre mesi (luglio, agosto, settembre): l'indice congiunturale che permette di sintetizzare con un solo valore il sentiment delle imprese del settore segna un laconico 30,8 (dove 0 è uguale alla massima contrazione di mercato e 100 alla massima espansione), un valore molto basso anche se confrontato con gli altri settori economici italiani che si attestano su un punteggio di 39,0. A risultare particolarmente sfiduciate sono soprattutto le imprese dell'Emilia-Romagna e quelle operative nella lavorazione dei metalli.

Leggermente migliore, ma pur sempre negativo perché inferiore alla soglia di 50, risulta l'andamento economico complessivo della "propria impresa" durante l'ultimo trimestre (saldo congiunturale=46,2), valore leggermente più alto dei singoli indici di fatturato (44,4) e del livello degli ordini (42,9), ma inferiore all'occupazione che rimane sostanzialmente stabile (saldo=50,9) e al credito concesso dai fornitori (inteso come giorni di credito commerciali) anch'esso rimasto pressoché stabile (51,0).

### **La produzione attuale**

La produzione si attesta ad un livello più basso del normale per il 21,7% delle imprese del settore (in Emilia-Romagna a dichiarare un basso livello di produzione sono il 29,0%), è invece solo il 14,3% delle imprese a dichiarare un livello più alto di produzione (dato più alto in Lombardia: 17,3%). Il grado di utilizzo degli impianti si è attestato a circa l'80% del livello massimo, con poche differenze regionali e settoriali.



La capacità produttiva attuale, tenendo conto degli ordini per il prossimo anno, non è ritenuta sufficiente dal 9% delle imprese, mentre il livello di scorte risulta superiore al normale per il 13,9% delle imprese, dato leggermente accentuato in Emilia-Romagna, Lombardia e nelle imprese dell'industria meccanica.

Il portafoglio ordini attuale garantisce l'attività d'impresa per altri 4 mesi e 2 giorni, con significative differenze regionali e settoriali.



### ATTIVITÀ GARANTITA PER...

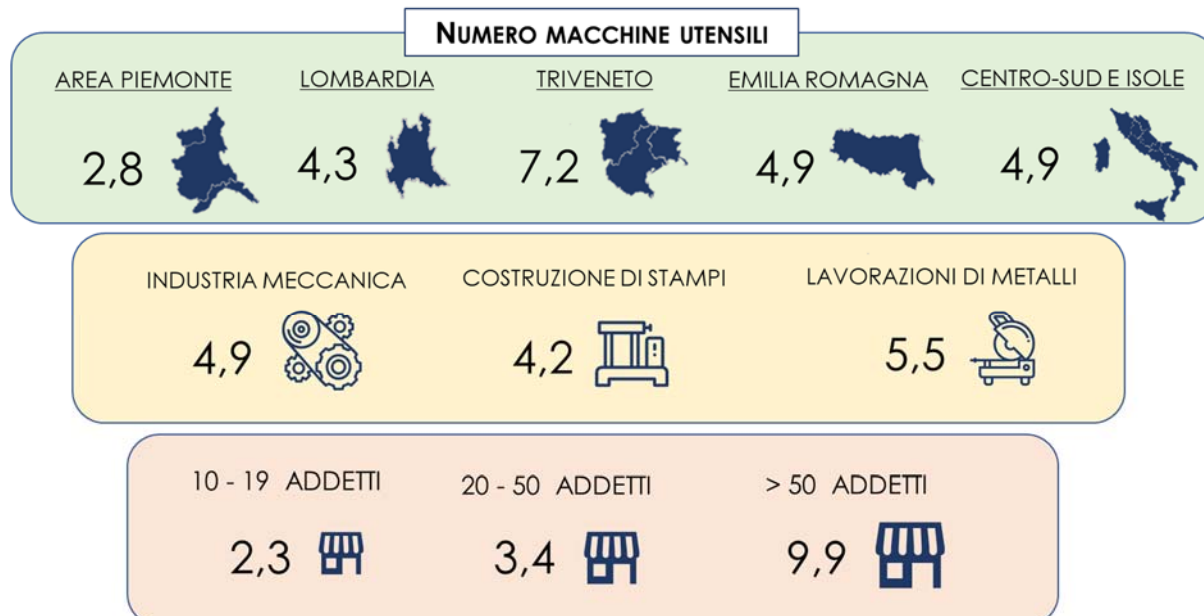
Media generale: **4 mesi e 2 giorni**

	LOMBARDIA	TRIVENETO	EMILIA ROMAGNA	CENTRO-SUD E ISOLE
	4 mesi e 6 giorni	4 mesi e 2 giorni	3 mesi e 14 giorni	4 mesi e 19 giorni
<u>INDUSTRIA MECCANICA</u>	4 mesi e 14 giorni	<u>COSTRUZIONE DI STAMPI</u>	3 mesi e 17 giorni	<u>LAVORAZIONI DI METALLI</u>
			3 mesi e 0 giorni	

Sostanzialmente stazionario risulta il volume delle esportazioni (saldo=51,7), in significativa diminuzione soltanto tra le imprese che operano nella lavorazione dei metalli (saldo=43,9). Una impresa su cinque riscontra attualmente fattori di ostacolo alla produzione; nel Centro-Sud e nel settore «costruzione di stampi» questo valore è sensibilmente più alto (rispettivamente 26,7% e 27,4%). Tra le imprese che dichiarano ostacoli alla produzione, le criticità più comuni riguardano l'insufficienza della domanda (53,8%) e la scarsità di manodopera (33,2%), quest'ultima particolarmente grave nel Triveneto (54,9%).

### Gli investimenti

Le imprese che utilizzano macchine utensili ne hanno acquistate in media cinque negli ultimi due anni, con un picco di 7,2 macchine utensili acquistate dalle imprese del Triveneto e 9,9 dalle grandi imprese.



Il 55% delle imprese che negli ultimi 24 mesi ha acquistato macchine utensili lo ha fatto per ampliare il proprio parco macchine.

Il 28,2% delle imprese del settore ha in programma di investire in macchine utensili nel prossimo biennio, anche in questo caso, la propensione a questo investimento è direttamente correlata alla dimensione aziendale.

Tra i fattori determinanti per la scelta di un brand italiano, il servizio di assistenza e manutenzione è il più citato; mentre i macchinari e gli utensili di brand esteri vengono scelti più per il valore e l'affidabilità del loro brand.

Italia		Estero	
Servizi di assistenza e manutenzione assicurati dal fornitore	85,0	Valore e affidabilità del brand	95,3
Assistenza post-vendita	84,3	Assistenza post-vendita	92,0
Valore e affidabilità del brand	83,6	Servizi di assistenza e manutenzione assicurati dal fornitore	91,8
Software applicativi e piattaforme informatiche utilizzabili associate alla macchina	82,0	Software applicativi e piattaforme informatiche utilizzabili associate alla macchina	90,0
Tempi di consegna	79,0	Capacità di fare formazione e consulenza da parte del fornitore scelto	84,8
Capacità di fare formazione e consulenza da parte del fornitore scelto	76,1	Tempi di consegna	83,1
Modalità di consegna e logistica	73,4	Modalità di consegna e logistica	77,8
Modalità di presentazione dei prodotti in fase di pre-vendita	67,9	Modalità di presentazione dei prodotti in fase di pre-vendita	77,7
Modalità di finanziamento	66,0	Modalità di finanziamento	59,0

Base campione: 518 casi. I dati sono riportati all'universo.

Base campione: 142 casi. I dati sono riportati all'universo.

Le ragioni dell'investimento riguardano soprattutto l'ampliamento produttivo (32,2% di imprese), la sostituzione dei macchinari obsoleti (29,1%) e la razionalizzazione del processo produttivo (27,9%).

### Canali di informazione

Il contatto con un rappresentante commerciale di macchine utensili e/o utensili industriali è di gran lunga il canale di informazione più diffuso nel settore (65,6%), seguono, a ragguardevole distanza, il sito web del produttore (29,7%) e le riviste di settore (22,9%). Per comprendere il funzionamento dei macchinari, i canali più diffusi sono la formazione iniziale (63,9%) e l'assistenza post-vendita (53,7%) entrambe garantite dal fornitore. Quasi nove imprese su dieci hanno partecipato almeno ad un'expo, una fiera o uno showroom e il 23% delle imprese ha frequentato un'expo/fiera all'estero.

### IMPRESE DELLA DISTRIBUZIONE

Il sentiment delle imprese della distribuzione di macchine utensili e utensili industriali sulla situazione economica italiana è in linea con quello delle imprese della domanda, quindi decisamente negativo, con un indice di saldo congiunturale pari a 31,3. L'andamento economico della propria impresa è andato invece leggermente meglio del trimestre precedente (saldo=52,9), trainato soprattutto da un miglioramento della performance delle imprese del Centro-Sud (saldo=61,7) e rallentato invece da un peggioramento della situazione nelle imprese dell'area Piemonte (Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta).

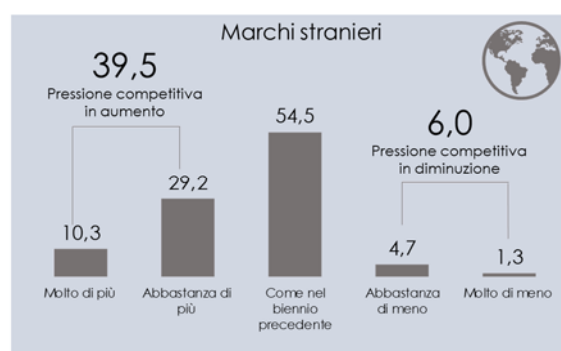
Il fatturato delle imprese della distribuzione è rimasto invariato nell'ultimo trimestre (49,6), anche se un'analisi per macro-aree evidenzia un sensibile rallentamento dell'area Piemonte a fronte di un miglioramento del fatturato delle imprese del Centro-Sud (57,4). Stabile anche la situazione della liquidità aziendale (49,4), solo le imprese dell'area Piemonte hanno riportato un peggioramento sensibile rispetto al trimestre precedente, pertanto i giorni di credito concessi ai propri clienti sono rimasti invariati

ovunque ad eccezione di un lieve aumento che le imprese del Centro-Sud hanno concesso ai loro clienti (saldo=55,3).

Quasi un quarto delle imprese lamenta un livello degli ordini più basso del normale (dato ancora più accentuato nell'area Piemonte). Le imprese della distribuzione che riscontrano invece un aumento degli ordini sono solo l'8% (leggermente più alto in Lombardia dove a dichiarare un numero di ordini maggiore rispetto al trimestre precedente è il 10,9% delle imprese).

Con riferimento alle componenti del prodotto/servizio, a parte il prezzo (indicato dal 42,2% delle imprese), le due componenti del servizio che hanno maggior impatto sul buon andamento delle vendite sono l'importanza del brand (35,5%) e i tempi di consegna (35,2%).

La pressione competitiva risulta in leggero aumento sia tra le imprese che trattano brand italiani (32,8%), sia soprattutto tra quelle che trattano brand stranieri (39,5%).



*Nota metodologica* – l'Osservatorio congiunturale sul mercato delle macchine utensili e degli utensili industriali è basato su due rilevazioni quantitative effettuate, la prima, su un campione statisticamente rappresentativo delle imprese della domanda (823 casi), con margine di fiducia:  $\pm 3,5\%$  e, la seconda, su un campione statisticamente rappresentativo delle imprese della distribuzione (187 casi) con margine di fiducia:  $\pm 7,2\%$ . Le due indagini sono state effettuate dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche e via web (sistema Cati-Cawi), nel periodo 18 settembre - 1 ottobre 2019 [www.agcom.it](http://www.agcom.it) [www.formatresearch.com](http://www.formatresearch.com)

**La ricerca completa è a disposizione delle imprese associate,  
le quali la potranno scaricare accedendo all'area riservata  
del sito ASCOMUT.**