

MFG.COM PRESENTA I PRIMI RISULTATI DELLA SUA INCHIESTA SULLE STRATEGIE D'ACQUISTO DEGLI INDUSTRIALI EUROPEI

Il marketplace online MFG.com pubblica i risultati di un sondaggio condotto su un campione rappresentativo di 620 acquirenti europei. Con quali strategie affrontano la crisi? In quali aree del mondo effettuano gli acquisti? Quali sono, in questo momento, i criteri di selezione dei fornitori?

Ginevra – 17 marzo 2009 – L'inchiesta europea condotta nell'ambito di MFGWatch fa emergere svariate tendenze convergenti, malgrado la diversità dei settori industriali e delle aree geografiche delle aziende interpellate.

Con quali strategie si affronta la crisi?

Il 79% di coloro che hanno risposto ha messo in campo strategie anticrisi per affrontare le condizioni economiche attuali. Le principali componenti di queste strategie sono le seguenti:

- Negoziazioni con i fornitori (23%)
- Ottimizzazione della gestione dei magazzini (17%)
- Moltiplicazione delle analisi dei costi e valutazione delle opportunità (15%)

Il rallentamento delle attività industriali non modifica significativamente la geografia degli scambi internazionali, quanto piuttosto le relazioni tra chi emette gli ordini e il gruppo dei subfornitori. In effetti, il 12% afferma che la concentrazione sul panel di fornitori esistente fa parte della propria strategia. Solo il 7% dice di rivolgersi all'Asia per gli acquisti industriali e il 6% prevede di internalizzare la produzione precedentemente affidata all'esterno.

Dove acquistano attualmente gli industriali europei?

Per questi industriali d'Europa occidentale, il primo mercato di subfornitura è concentrato nell'area geografica di appartenenza. In effetti, gli acquisti avvengono prevalentemente nell'Europa occidentale (26%). L'Europa dell'Est è in seconda posizione con il 17%. La Cina è citata dal 16% degli acquirenti, mentre solo il 3% afferma di effettuare gli acquisti esclusivamente a livello locale.

Si osserva un rallentamento delle subforniture provenienti dall'Asia e questo, probabilmente, si spiega con l'esigenza di ridurre le scorte e i costi logistici e con la crescente importanza attribuita ai criteri di qualità e tempi di consegna.

Quali sono i criteri di selezione dei fornitori?

Tra i criteri d'acquisto dell'industria, la qualità ha la stessa importanza del prezzo (29% e 28%). Seguono poi i tempi di consegna (23%). Questa informazione conferma l'importanza dei tre elementi fondamentali Prezzo / Qualità / Tempi in riferimento agli acquisti industriali di lavorazioni a disegno. Le altre caratteristiche, come le norme o i materiali, sono citate da meno del 10% dei partecipanti all'inchiesta.

La maggior parte di queste società industriali sta attraversando crescenti difficoltà economiche.

Il 42% degli intervistati che hanno risposto sta riscontrando difficoltà economiche crescenti, mentre il 32% nota un miglioramento delle proprie condizioni di sviluppo. Il 15% reputa "eccellenti" le condizioni di sviluppo della propria azienda, mentre l'11% prova preoccupazione (condizioni "preoccupanti").

Le prime misure adottate per riassorbire queste difficoltà sono il blocco delle assunzioni e la riduzione dei costi operativi.

I provvedimenti più frequentemente adottati per affrontare la crisi toccano le assunzioni di dipendenti (21%), gli acquisti di attrezzature (17%) e i viaggi d'affari (13%). Nel 13% dei casi, gli acquisti di subfornitura sono stati annullati o rinviati.

Solo il 9% di coloro che hanno risposto afferma di non aver annullato o differito alcuna spesa e il 6% non ha ancora definito chiaramente tutti i piani di controllo dei costi.

COMUNICATO STAMPA

Caratteristiche del campione

Coloro che hanno risposto sono in gran parte Direttori degli Uffici Acquisti o Responsabili della Supply Chain francesi, tedeschi, inglesi e italiani.

Le aziende sottoposte al sondaggio operano nei seguenti settori industriali:

Macchine, attrezzi ed attrezzature 22%

Elettronica, Elettricità 16%

Industria automobilistica 15%

Altro 13%

Aeronautica 8%

Costruzione 5%

Militare 5%

Industria medica 5%

Attrezzature agricole 4%

Beni di consumo 3%

Agroalimentare 2%

Attrezzature informatiche 1%

Tessile / Abbigliamento 1%

La dimensione delle imprese, misurata in base al numero di acquirenti dell'organizzazione, è così suddivisa:

1 : 13%

1 a 2 : 20%

3 a 5 : 21%

6 a 15 : 16%

16 a 30 : 5%

31 a 50 : 5%

Più di 51 : 20%

Generalmente si calcolano all'incirca:

da 1 a 2 persone addette agli acquisti nelle microimprese

da 3 a 5 nelle piccole imprese

da 6 a 15 nelle medie imprese

da 16 a 50 nelle grandi imprese

e oltre 50 nei grandi gruppi industriali

A proposito di MFGWatch

Forte di una comunità di 160 000 membri, MFG.com gode di una posizione unica nel cuore delle transazioni industriali che si svolgono a livello locale e mondiale. Il programma MFGWatch si propone come osservatorio delle tendenze economiche e industriali.

MFGWatch è a disposizione di editori, giornalisti e analisti del settore industriale.

Informazioni su MFG.com

MFG.com è leader del mercato globale on-line per il settore manifatturiero. MFG.com mette immediatamente in contatto professionisti di sourcing e tecnici, con fornitori che hanno l'esperienza e le capacità necessarie per produrre componenti e lavorazioni su richiesta. Il servizio on-demand di MFG.com consolida il mondo del settore manifatturiero, facilitando sia il sourcing che la realizzazione di prodotti in maniera rapida, economica e con livelli di qualità più elevati. MFG.com ha aperto i suoi uffici di Shanghai nel 2006. Nel 2008, il marketplace in rete ha lanciato MFG.comTextiles, il servizio dedicato all'industria tessile.

MFG.com Europe - Luca Di Stefano | +41 22 960 90 29 | E-mail: lds@mfg.com

SUPPLEMENTO – TENDENZE DEGLI ACQUISTI NEL SETTORE TESSILE

Nel mese di dicembre 2008, MFG.com ha condotto un'inchiesta sullo stesso argomento su un campione rappresentativo di oltre 200 acquirenti europei specializzati nella filiera tessile.

I risultati del sondaggio mettono in luce alcune tendenze specifiche del mercato europeo del tessile e dell'abbigliamento. A livello dei criteri di selezione dei fornitori, gli acquirenti attribuiscono pari importanza ai criteri di qualità e di prezzo (31% e 28%), seguiti dai tempi di consegna (15%) e dai materiali (12%).

Per quanto concerne le aree geografiche in cui vengono effettuati gli acquisti, la prossimità resta un fattore dominante. In effetti, il 37% degli acquirenti afferma di rivolgersi a fornitori situati nell'Europa occidentale. L'Europa dell'Est è stata citata solo dall'8% degli acquirenti intervistati; l'area del Medio Oriente e dell'Africa del Nord (13%) sembra esercitare una maggiore attrattività rispetto all'Asia (11%). Infine, il 14% dichiara di effettuare i propri acquisti esclusivamente a livello locale.

L'inchiesta condotta da MFG.com conferma anche la rilevanza della stagionalità della domanda di prodotti tessili (il 64% degli intervistati sostiene di avere un'attività intensa in certi momenti dell'anno). L'inverno (19%) e l'estate (sempre con il 19%) sono citati come i periodi più attivi dell'anno, seguiti dalla primavera (15%) e, infine, dall'autunno (11%).

Informazioni su MFGtextiles.com

MFGtextiles.com assicura la messa in relazione degli acquirenti e fornitori dell'industria tessile mondiale. Durante l'intero processo di produzione, MFGtextiles.com permette di ottimizzare la creazione, la distribuzione e l'attribuzione delle richieste d'offerta per l'insieme dei mestieri dell'industria tessile. La piattaforma contiene un ampio ventaglio di categorie e di prodotti tessili. Dal semplice esemplare agli ordini di milioni di pezzi, MFGtextiles.com è lo strumento più efficace per approvvigionarsi localmente o globalmente.

Maggiori informazioni su www.MFGtextiles.com.

Contact:

MFG.com Europe - Luca Di Stefano | +41 22 960 90 29 | E-mail: lds@mfg.com