



WEBINAR MECCANICA ITALIANA IN NORD AMERICA

MACHINES ITALIA AWARENESS SURVEY 2020

Risultati dell'indagine
Implicazioni per il posizionamento dell'offerta italiana

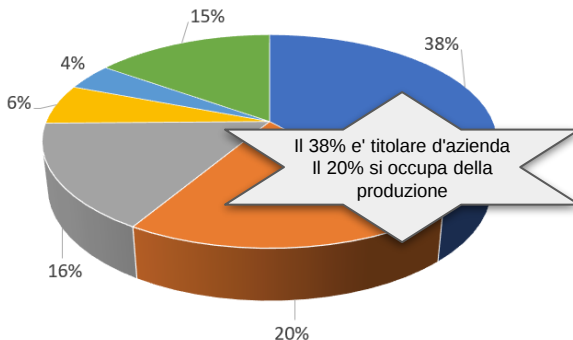
Marco Saladini, ICE Chicago

Marzo 2021

OPERATORI INTERVISTATI

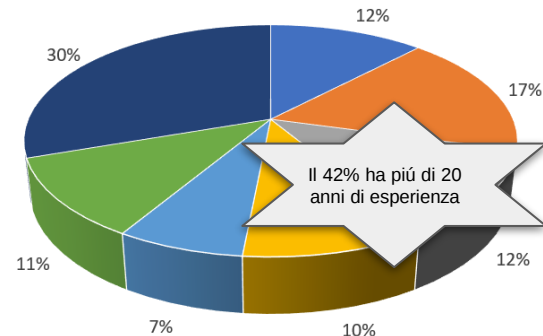
FUNZIONE AZIENDALE

- Proprietario o alto dirigente
- Direzione produzione manifatturiera
- Direzione progettazione manifatturiera
- Addetto progettazione manifatturiera
- Direzione controllo qualità
- Altro



ANNI DI ESPERIENZA PROFESSIONALE

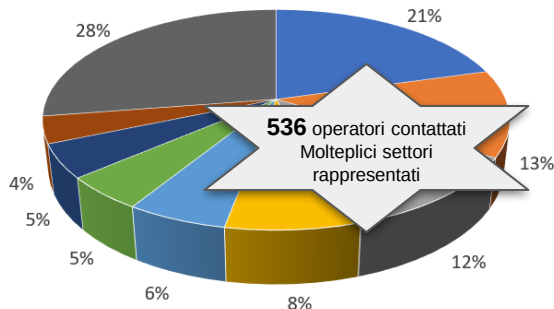
- Meno di 5 anni
- Da 6 a 10 anni
- Da 11 a 15 anni
- Da 16 a 20 anni
- Da 21 a 25 anni
- Da 26 a 30 anni
- Più di 30 anni



IMPRESE DI APPARTENENZA

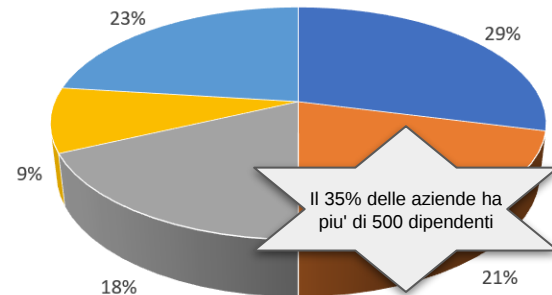
SETTORI

- Fabbricati in metallo
- Macchinari
- Fabbricazioni varie
- Industria automobilistica
- Aerospaziale
- Plastica e gomma
- Attrezzature per il trasporto
- Industria energetica
- Altro

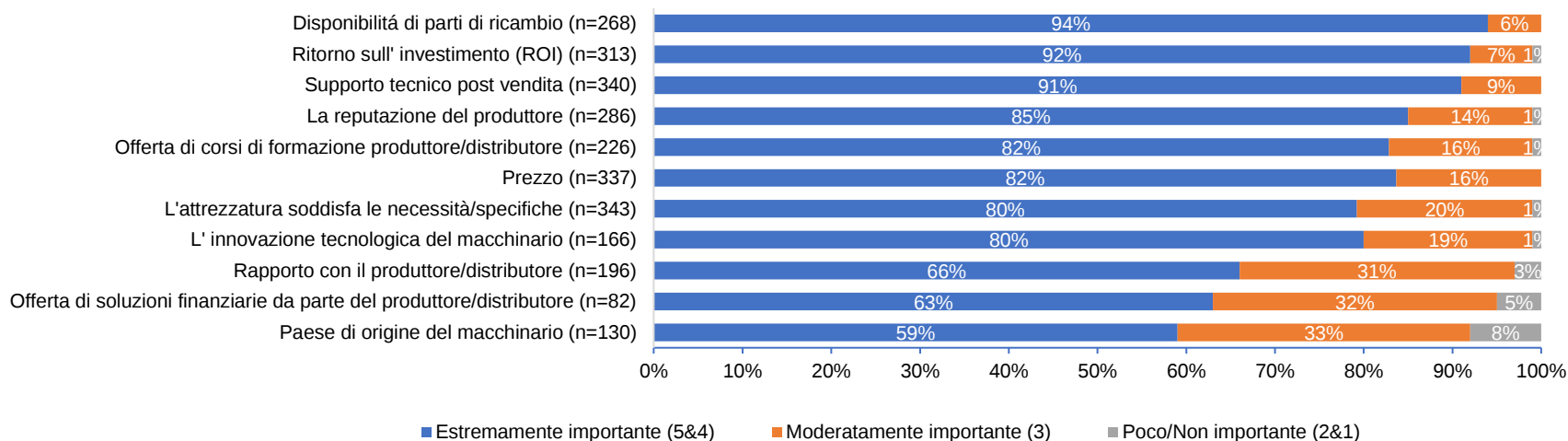


DIMENSIONE

- Meno di 25 dipendenti
- Da 26 a 100 dipendenti
- Da 101 a 500 dipendenti
- Da 501 a 1000 dipendenti
- Più di 1000 dipendenti

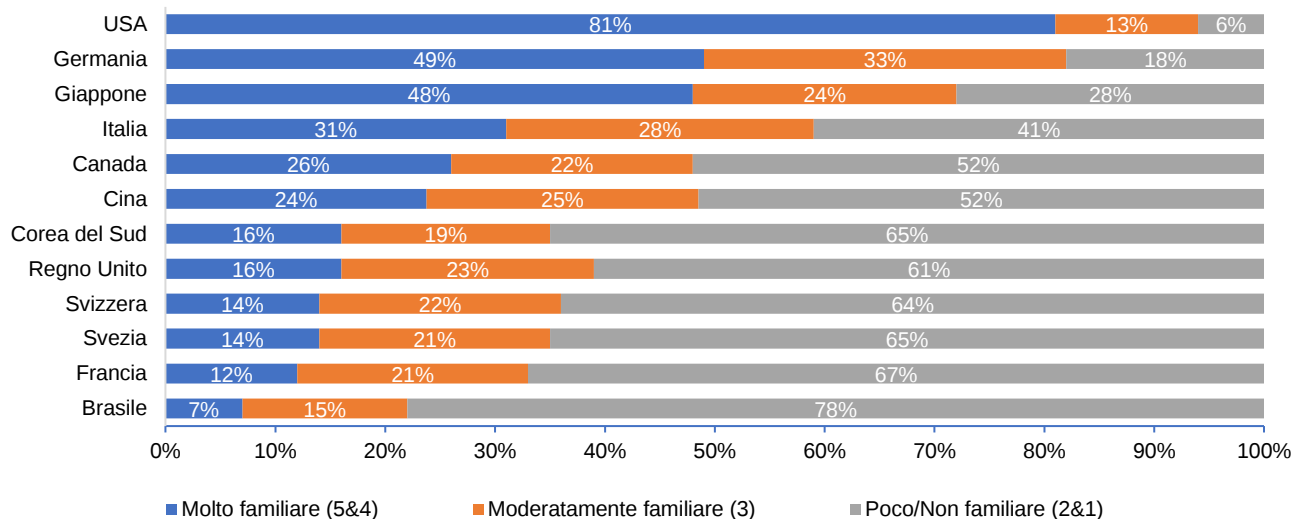


DOMANDA: Quanto i seguenti aspetti sono importanti per la vostra azienda nella decisione di acquistare nuovi macchinari e/o attrezzature?



La disponibilità di parti di ricambio, il ritorno sull'investimento (ROI) ed il supporto tecnico post vendita sono i tre fattori principali che determinano la decisione d'acquisto di un nuovo macchinario

DOMANDA: Quanto conosce i produttori di macchinari ed attrezzature per ciascuno dei seguenti paesi?



L'Italia è il quarto paese per notorietà dopo Stati Uniti, Germania e Giappone

Il 59% degli intervistati ha familiarità con macchinari ed attrezzature Made in Italy

DOMANDA: Quando pensa ai produttori di macchinari e/o attrezzature, quale paese le viene in mente leggendo le seguenti affermazioni?

DOMANDA	USA	GIAPPONE	GERMANIA	ITALIA	CANADA	SVIZZERA	REGNO UNITO	COREA DEL SUD	CINA	BRASILE	SVEZIA	MEDIA
Ha una buona reputazione generale	28%	21%	26%	12%	9%	9%	6%	4%	3%	1%	4%	11%
Le aziende hanno un buon rapporto qualità prezzo	20%	14%	11%	8%	6%	4%	5%	9%	7%	2%	2%	8%
Fanno prodotti di alta qualità	22%	19%	24%	11%	7%	10%	4%	6%	2%	2%	5%	10%
I prodotti sono di buona fattura	24%	20%	27%	10%	7%	12%	5%	6%	2%	1%	6%	11%
Ha prezzi competitivi	18%	10%	5%	7%	5%	2%	1%	10%	14%	3%	1%	7%
I prodotti utilizzano le ultime tecnologie	23%	20%	22%	9%	6%	8%	4%	6%	4%	1%	3%	10%
Offre un buon servizio post vendita	27%	13%	12%	6%	8%	5%	3%	4%	2%	1%	3%	8%
I prodotti sono duraturi nel tempo	27%	18%	24%	11%	8%	10%	4%	6%	1%	2%	4%	10%
E' attento alle esigenze del cliente	28%	15%	13%	8%	10%	6%	4%	4%	3%	1%	2%	9%
Fornisce un buon support tecnico	27%	13%	14%	8%	7%	6%	3%	3%	2%	1%	2%	8%
Le aziende sono ben consolidate nel settore	31%	21%	26%	11%	7%	8%	5%	4%	7%	2%	3%	11%
Le aziende sono leader di mercato	25%	19%	26%	9%	6%	7%	3%	4%	4%	1%	3%	10%

	Scostamenti positivi più ampi rispetto alla media del sondaggio
	Scostamenti negativi più ampi rispetto alla media del sondaggio
	Scostamenti negativi rispetto alla media del sondaggio e significativamente maggiori rispetto alla media dei 5 principali paesi fornitori

DOMANDA: Perché la sua azienda ha scelto di acquistare macchinari e/o attrezzature italiane?



Gli intervistati hanno indicato che le tre principali ragioni per l'acquisto di macchine e/o attrezzature italiane sono:

- **La reputazione (53%)**
- **La qualità (51%)**
- **Il rapporto qualità/prezzo (48%)**

Più della metà degli intervistati ha anche indicato che i macchinari e le attrezzature italiane permettono alla loro azienda di

- **Creare nuovi prodotti (56%)**

PUNTI DI FORZA

Buona reputazione generale

Rapporto qualità/prezzo

Flessibilità, permettono di produrre cose nuove

PUNTI DI DEBOLEZZA

Attenzione al cliente

Supporto tecnico post vendita

Capacità di comunicare la forza della proposta tecnica e commerciale

SWOT

OPPORTUNITÀ

Migliorare la presenza on line (sito internet, social media...)

Interconnessione e cloud computing

Offerta di sessioni formative da remoto

Utilizzo di piattaforme video conference per ridurre la distanza dal cliente

MINACCE

Concorrenza basata su investimenti in tecnologie

Proposta commerciale non adatta al mercato

Carenza di competenze nella forza lavoro locale

Cyber security