

INDICE

INTRODUZIONE	VII
1. IL SETTORE DEL LEGNO-MOBILE	1
1.1 LA STRUTTURA PRODUTTIVA	2
1.1.1 Il comparto del mobile	2
1.1.2 Il comparto del legno per l'edilizia	10
1.2 LA SUBFORNITURA	19
1.3 I DISTRETTI	34
1.4 L'INNOVAZIONE	51
1.4.1 Il comparto del mobile	51
1.4.2 Il comparto del legno per l'edilizia	58
1.5 LA STRUTTURA IMPRENDITORIALE	61
1.6 I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO	75
1.6.1 Il design	75
1.6.2 L'innovazione di prodotto	78
1.6.3 La personalizzazione del prodotto	80
1.6.4 La qualità	81
1.6.5 L'innovazione di processo	88
1.6.6 L'accesso alla distribuzione	91
1.7 L'APPROVIGIONAMENTO DI LEGNAME	96
1.8 L'EVOLUZIONE	104
1.9 LA CONGIUNTURA	121
1.9.1 La situazione italiana del settore del legno-mobile	121
1.9.2 La situazione internazionale del settore del mobile	129
1.10 LE PROSPETTIVE	132

2. METODOLOGIA DELLA RICERCA	143
2.1 FASI DELL'INDAGINE.....	143
2.2 PIANO DI CAMPIONAMENTO	144
2.3 LO STRUMENTO DI RILEVAZIONE.....	148
2.4 VISITE PILOTA E RILEVAZIONE SUL CAMPO	151
2.5 ELABORAZIONE STATISTICA E ANALISI DEI DATI.....	152
2.5.1 Definizione e operazionalizzazione delle variabili	153
2.5.2 Statistiche descrittive	155
2.5.3 Analisi della varianza.....	156
2.5.4 Correlazione semplice.....	157
2.5.5 Cluster analysis	158
2.6 PROFILO PERSONALIZZATO D'IMPRESA	160
3. IL QUESTIONARIO	165
3.1 ANAGRAFICA AZIENDALE.....	165
3.2 PRODOTTO E MERCATO.....	175
3.2.1 La modalità con cui l'impresa risponde alle richieste del mercato	175
3.2.2 Localizzazione e tipologia dei clienti.....	179
3.2.3 Caratteristiche di mercato.....	181
3.3 PROCESSO E TECNOLOGIA.....	190
3.3.1 Tecnologie di produzione.....	193
3.3.2 Tecnologie per il controllo-qualità.....	197
3.3.3 Tecnologie di movimentazione	198
3.3.4 Tecnologie di magazzinaggio.....	201
3.3.5 Tecnologie di progettazione e informatiche di gestione	202
3.3.6 Tecnologie informatiche di comunicazione	206
3.4 ORGANIZZAZIONE E GESTIONE	209
3.4.1 Leve organizzative	209
3.4.2 Leve d'interfaccia clienti-fornitori	211
3.4.3 Leve gestionali	212
3.5 INNOVAZIONE E INVESTIMENTI	225

3.6 STRATEGIE E PRESTAZIONI	230
3.6.1 Valutazione delle prestazioni	233
3.6.2 Analisi delle leve/competenze	238
3.6.3 Strategie di sviluppo	239
3.7 SERVIZI ESTERNI	243
3.8 SUBFORNITURA	247
3.9 SEZIONE SPECIFICA DEL LEGNO	253
3.9.1 La commercializzazione	253
3.9.2 Le prove e i controlli di qualità.....	259
3.9.3 I prodotti e il mercato di riferimento	261
3.9.4 I materiali trattati	267
3.9.5 Le lavorazioni	269
4. RISULTATI DELL'INDAGINE: STATISTICA DESCRITTIVA	283
4.1 CARATTERISTICHE GENERALI.....	283
4.2 IL PRODOTTO/MERCATO	305
4.2.1 Modalità di risposta al mercato.....	305
4.2.2 Localizzazione dei clienti	307
4.2.3 Tipologia dei clienti	310
4.2.4 Commercializzazione e modalità di vendita.....	314
4.2.5 Caratteristiche del mercato	317
4.3 IL PROCESSO E LA TECNOLOGIA.....	326
4.3.1 Modalità di produzione.....	326
4.3.2 Tecnologie e macchinari.....	330
4.3.3 Materiali trattati	341
4.4 L'ORGANIZZAZIONE E LA GESTIONE.....	343
4.4.1 Leve organizzative.....	343
4.4.2 Leve d'interfaccia clienti-fornitori.....	344
4.4.3 Leve gestionali	344
4.5 L'INNOVAZIONE E GLI INVESTIMENTI.....	350
4.6 LE STRATEGIE E LE PRESTAZIONI	358
4.6.1 Valutazione delle prestazioni.....	358
4.6.2 Analisi delle competenze e delle attuali difficoltà.....	365
4.6.3 Strategie di sviluppo	370
4.6.4 Prestazioni e strategie nella fase di commercializzazione	374

4.7 I SERVIZI ESTERNI	376
4.8 LA SUBFORNITURA	381
5. RISULTATI DELL'INDAGINE: CORRELAZIONI.....	391
5.1 ANALISI LEVE/PRESTAZIONI.....	392
5.1.1 Le leve tecnologiche.....	392
5.1.2 Le leve organizzative	394
5.1.3 Le leve d'interfaccia clienti-fornitori	396
5.1.4 Le leve gestionali	397
5.1.5 Le competenze.....	400
5.2 ANALISI PRESTAZIONI/LEVE.....	402
5.3 ANALISI CARATTERISTICHE STRUTTURALI/PRESTAZIONI	404
5.3.1 Il fatturato e gli addetti	404
5.3.2 Le modalità di risposta al mercato e di produzione	405
5.3.3 La localizzazione dei clienti.....	407
5.3.4 La tipologia dei clienti.....	408
5.3.5 Le esternalizzazioni.....	410
5.3.6 Le innovazioni e gli investimenti.....	411
5.4 ANALISI PRESTAZIONI/CARATTERISTICHE STRUTTURALI	414
6. RISULTATI DELL'INDAGINE: CLUSTER ANALYSIS	417
7. CASI STUDIO.....	431
7.1 EUROHOLZ.....	431
7.1.1 La storia.....	431
7.1.2 Le dimensioni.....	432
7.1.3 Il prodotto/mercato.....	433
7.1.4 Il processo e la tecnologia	436
7.1.5 L'organizzazione e la gestione.....	439
7.1.6 L'innovazione e gli investimenti.....	443
7.1.7 Le strategie e le prestazioni.....	444
7.1.8 I servizi esterni	448

7.2 MOBILIFICIO ARTIGIANO DI F. MAIERON.....	449
7.2.1 La storia	449
7.2.2 Le dimensioni	449
7.2.3 Il prodotto/mercato	450
7.2.4 Il processo e la tecnologia.....	453
7.2.5 L'organizzazione e la gestione.....	456
7.2.6 L'innovazione e gli investimenti	461
7.2.7 Le strategie e le prestazioni.....	463
7.2.8 I servizi esterni.....	466
8. CONCLUSIONI	467
8.1 UNA REALTÀ SETTORIALE DISOMOGENEA	467
8.2 PICCOLA DIMENSIONE E IMPRENDITORIALITÀ	470
8.3 L'IMPRENDITORIA NELLA ZONA MONTANA	474
8.4 VERSO UN DISTRETTO DEL LEGNO?	476
8.5 PROMUOVERE LA SUBFORNITURA?.....	481
8.6 PROPOSTE.....	485
BIBLIOGRAFIA	493
APPENDICI	
A. RISULTATI DELL'ANALISI DI AFFIDABILITÀ E VALIDITÀ	503
B. IL LIBRO DELLE VARIABILI	509
C. TABELLE ANOVA	543
D. ESEMPI DI NORME DEL SETTORE DEL MOBILE	549
E. ELENCO IMPRESE	557

ALLEGATI

A. ESEMPIO DI PROFILO D'IMPRESA

B. IL QUESTIONARIO