



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Camera di Commercio
Chieti



STEP

L'INDUSTRIA MONDIALE DELL'AUTO IN BILICO FRA CRESCITA E FRENATA

LE IMPRESE DELLA FILIERA ITALIANA ALLA PROVA DELLA CRISI

**OSSERVATORIO DELLA FILIERA AUTOVEICOLARE ITALIANA
2012**

Torino, luglio 2012

La ricerca è stata realizzata da un Team di Step Ricerche Srl diretto da Filippo Chiesa e Giuseppe Russo. Gli autori hanno lavorato a stretto contatto con l'Ufficio Studi della Cciaa di Torino (Barbara Barazza e Silvia Depaoli), e quello della Camera di Commercio di Chieti (Sandra Di Matteo), che ringraziano per i contributi di idee e l'assistenza costante. Step Ricerche Srl ringrazia l'ANFIA ed i contributi progettuali (ed in particolare Andrea Debernardis e Marisa Saglietto) per la fornitura di preziosi dati nazionali e internazionali sull'industria autoveicolare. I numerosi database impiegati sono stati organizzati da Sara Cassetta (Step Ricerche). La comunicazione alle imprese della rilevazione on line è stata curata anche dalla società Vivavoce Srl. Gli autori ringraziano ancora i partecipanti al seminario intermedio di maggio. Si ringraziano infine le 272 imprese che hanno aderito al questionario on line.

Sommario

CAPITOLO I.....	4
Il 2011 ha visto il parziale recupero delle industrie mature. Il 2012 si preannuncia come un anno interlocutorio in attesa dell'allentamento delle incertezze sulla congiuntura internazionale	4
1.1 Il quadro macroeconomico mondiale influenza le singole economie nazionali e l'industria dell'auto	7
1.2 L'industria dell'auto: i dati 2011 disaggregati per continente mostrano tendenze diverse dagli ultimi anni, ma si tratta di recuperi parziali e cambiamenti non strutturali	8
1.3 Il mercato autoveicolare nel Mondo.	12
1.3.1 Le immatricolazioni nelle economie emergenti continuano a guadagnare posizioni a scapito di quelle tradizionali, alle prese con decrementi di reddito e potere d'acquisto.....	12
1.3.2 Il mercato europeo si riduce da quattro anni, rendendo sempre più difficile ottenere utili	13
1.4 Le Case automobilistiche: per avere successo necessitano di prodotti sempre più sofisticati con un'attenzione particolare a prezzi ed emissioni.....	14
1.5 Con un mercato interno che si contrae, l'alternativa per i produttori europei è esportare negli altri continenti: un'opportunità che vale fra i 4 ed i 5 milioni di autovetture	16
1.6 Il perdurare della congiuntura negativa in Europa spingerà le Case a nuove alleanze, chiusure di stabilimenti, ma anche a pensare a nuovi modelli di mobilità	18
CAPITOLO II	20
La filiera nazionale vive difficoltà dovute alla flessione della produzione interna, ma esistono le condizioni per un aumento della produttività.....	20
2.1 La produzione di autoveicoli in Italia: complessivamente in calo del 5,7%. In crescita quella dei veicoli industriali e commerciali.	23
2.2 Il principale produttore italiano: il Gruppo Fiat fra internazionalizzazione e frenata produttiva in Europa.....	28
2.3 La produzione finale di autoveicoli in Piemonte e nel resto d'Italia sta subendo un rallentamento in attesa di un recupero di produttività.....	32
2.4 Le esportazioni italiane di componenti e parti per auto valgono più 19 miliardi, quelle piemontesi 7,2	34
PARTE SECONDA: L'INDAGINE CONOSCITIVA SUL CAMPO.....	37
Analisi delle risposte di 272 aziende della filiera automotive al questionario dell'Osservatorio	37
CAPITOLO III.....	37
La filiera si è attrezzata per competere nel Mondo, ma aspetta la ripresa della produzione finale in Europa.....	37
3.1 La metodologia di campionamento e l'aggiornamento del database che costituisce l'universo di riferimento	41
3.1.1 La filiera autoveicolare: un bacino di 2.800 imprese completamente rivisto e aggiornato.....	41
3.1.2 Gli "spicchi dell'arancia": i mestieri che caratterizzano la filiera	46
3.1.3 Alcune caratteristiche dell'universo indagato: le dimensioni medie delle imprese....	48

3.2 L'indagine sul campo: modalità e metodologie	49
3.2.1 L'indagine condotta online ha raccolto le dichiarazioni di un campione di 272 responsabili di impresa.....	49
3.2.2 La metodologia di stima del fatturato: l'acquisizione dei dati effettivi dai bilanci 2010 e il confronto con le stime della scorsa edizione dell'Osservatorio.....	51
3.3 Nel 2011 la filiera autoveicolare italiana è riuscita a incrementare i fatturati nonostante il difficile contesto nazionale e internazionale.....	52
3.3.1 Nel 2011 il fatturato totale della filiera è cresciuto del 3,5%	52
3.3.2 Nonostante il recupero dei fatturati nel 2010 e 2011, la crisi ha impattato significativamente su ricavi e occupazione.....	55
3.3.3 Il 2012 si apre con segnali negativi da parte dei clienti italiani e stranieri	56
3.4 Le fonti di ricavo della filiera	57
3.4.1 Il Gruppo Fiat pesa meno della metà sui fatturati di filiera	57
3.4.2 L'internazionalizzazione della filiera: i mercati esteri sono sempre più strategici come fonte di ricavi e diversificazione del rischio	59
3.4.3 Le direttrici del fatturato: la filiera diversifica il portafoglio ordini per abbassare i rischi dovuti alla congiuntura e recuperare i livelli pre-crisi	64
3.5 I driver che guidano la crescita delle imprese della filiera	67
3.5.1 Le leve competitive, l'innovazione e la spesa in ricerca e sviluppo.....	67
3.5.2 Nel campo della ricerca, dello sviluppo e dell'innovazione esistono margini di crescita: per colmarli uno degli strumenti fondamentali sono le collaborazioni, anche strutturate sotto forma di reti d'impresa.....	70
3.5.3 Una delle frontiere dell'innovazione e una possibile fonte di ricavi futura: le tecnologie verdi.....	71
3.6 Il Piemonte: la filiera subalpina torna a crescere anche grazie a innovazione e diversificazione	73
APPENDICE STATISTICA	79

CAPITOLO I

Il 2011 ha visto il parziale recupero delle industrie mature. Il 2012 si preannuncia come un anno interlocutorio in attesa dell'allentamento delle incertezze sulla congiuntura internazionale



Nel 2011 il Pil mondiale è cresciuto del +3,8%, a fronte del +5% del 2010. Anche la produzione di autoveicoli ha fatto registrare una variazione positiva (+3,2%), con 80 milioni di unità prodotte, ma inferiore rispetto al +25,7% del 2010. Dopo anni di perdite di quote di mercato, i Paesi di più antica industrializzazione hanno ottenuto variazioni maggiori o in linea con la media mondiale: +10,6% il NAFTA (l'area di libero scambio nordamericana); +3,5% l'Europa occidentale. L'unico dato negativo ci giunge dall'Asia: -0,7%. Qui le difficoltà del Giappone in seguito al terremoto dell'11 marzo 2011 (-12,8%), si sono sommate a una decelerazione del motore cinese (+0,8%), che ha tirato il fiato dopo anni di incentivi e investimenti massivi.

Allargando l'orizzonte temporale di osservazione dal 2007 al 2011 le performance per macro area appena osservate cambiano. Dal picco pre-crisi infatti l'industria autoveicolare mondiale non solo ha recuperato il terreno perso nel 2008 e nel 2009, ma lo scorso anno ha prodotto circa sette milioni in più di autoveicoli rispetto al record di cinque anni prima. Il successo è da imputare interamente alle economie emergenti: in primo luogo all'Asia, che ha avuto una crescita senza soluzione di continuità, almeno fino al 2011, tanto da raggiungere la quota di quaranta milioni di autoveicoli prodotti, dieci milioni in più rispetto a cinque anni prima.

Vi sono poi altre industrie autoveicolari nel mondo il cui sviluppo merita di essere citato: negli ultimi dieci anni, la Russia ha aumentato del 50% il proprio livello produttivo; la Turchia l'ha triplicato. Vi sono poi la Repubblica Ceca (che sfiora gli 1,2 milioni di autoveicoli prodotti,) e la Polonia (che ha superato le 800mila unità), che nell'ultimo decennio hanno triplicato i volumi prodotti. Nello stesso arco temporale dinamiche virtuose si sono verificate anche in America del Sud: il Brasile ha visto la produzione raddoppiare (raggiungendo i 3,4 milioni di unità nel 2011), l'Argentina l'ha quadruplicata (superando gli 800mila autoveicoli assemblati). Al contrario, nell'Unione Europea a 15 dal 2007 al 2011 si sono persi 2,3 milioni di veicoli: a farne le spese sono state tutte le industrie nazionali ad eccezione della Germania, che proprio lo scorso anno ha fatto segnare il record storico di 6,3 milioni di unità prodotte. La crisi delle industrie mature non ha risparmiato neppure l'America del Nord, con l'area di libero scambio (NAFTA) che, nonostante il recupero del 2011 (+10,6%), ha un livello produttivo inferiore di circa due milioni di unità rispetto a cinque anni fa.

Le dinamiche intercorse nell'ultimo decennio hanno spostato pesi ed equilibri a livello mondiale: nel 2000 la produzione aggregata di Giappone, area NAFTA e Unione Europea (a 15) valeva il 77% del totale Mondo, dodici anni più tardi la loro quota è del 45%, con una perdita di 22 punti percentuali. Il riequilibrio è avvenuto a favore di tutte le economie emergenti (salvo l'Africa, che ha mantenuto la sua quota), in particolar modo dei paesi asiatici, che sono passati da poco meno del 14% sul totale assemblato nel mondo (nel 2000) a più del 40% nel 2011.

Con un mercato europeo delle autovetture che nei primi cinque mesi fa segnare un -7,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, il 2012 si preannuncia come il quinto anno di contrazione delle immatricolazioni continentali. La perdita rispetto ai livelli pre-crisi rischia di assestarsi appena sotto i tre milioni di unità. Con questi numeri è difficile

garantire la produttività e la profittabilità degli stabilimenti europei, e non a caso di moltiplicano gli annunci di chiusure, un tabù che reggeva dal secondo dopo guerra. Altre soluzioni sono l'aumento delle esportazioni dall'Europa verso gli altri continenti (che solo per le autovetture, valgono fra i 4 ed i 5 milioni di unità), lo spostamento dell'offerta commerciale per venire incontro a nuovi modelli di mobilità più pulita e risparmiosa, ed infine le alleanze ingegneristico-produttive per abbattere i costi per quei gruppi di taglia media per i quali le economie di scala interne non sono sufficienti. Chi saprà manovrare al meglio queste leve riuscirà a difendere o incrementare le proprie quote di mercato e ad assicurarsi la permanenza futura sullo stesso.

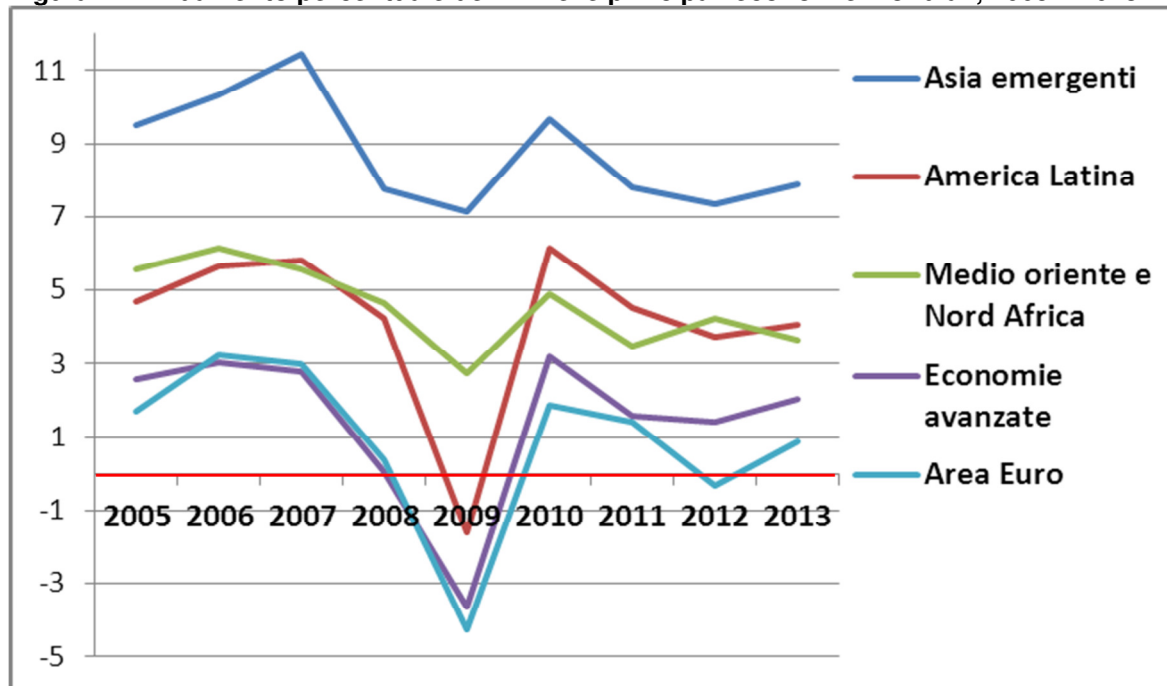
1.1 Il quadro macroeconomico mondiale influenza le singole economie nazionali e l'industria dell'auto

Il periodo storico che stiamo vivendo ci pone di fronte a sfide di notevole complessità: le sorti dei singoli territori – regionali o nazionali – dipendono non solo dalle decisioni degli attori locali (amministratori, imprenditori, lavoratori, ...), ma anche da scelte politiche e di investimento prese, spesso, a migliaia di chilometri di distanza.

Per chi vive in Italia, ma potremmo dire in Europa, è poi necessario confrontarsi con le problematiche legate alla sostenibilità dei debiti sovrani, ai vincoli normativi e di bilancio che questi comportano, nel quadro di mercati spesso maturi, frenati dal perdurare di una congiuntura difficile.

Quando si parla di industria dell'auto è necessario avere coscienza di queste dinamiche, in quanto la domanda di vetture, e dunque delle loro parti, è influenzata grandemente da variabili come l'andamento del reddito disponibile, la fiducia in quello futuro e l'andamento del numero dei potenziali consumatori che ne beneficiano.

Figura 1.1 Andamento percentuale del Pil nelle principali economie mondiali, 2005 – 2013

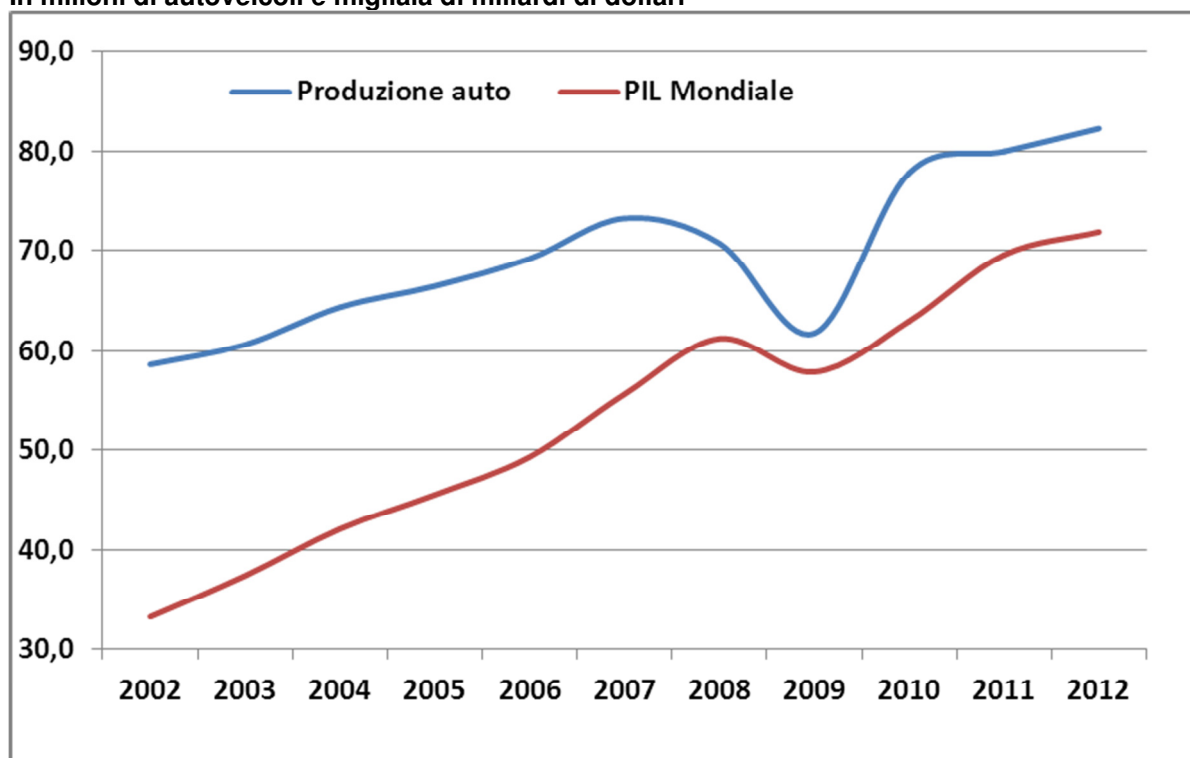


Fonte: FMI

Il Fondo Monetario Internazionale ci informa che nel 2011 l'economia mondiale (il suo prodotto interno lordo) è cresciuta del 3,8%, allontanandosi ulteriormente dal picco negativo della crisi del 2008-2009, ma in maniera più lenta rispetto al 2010 (quando era

stata del +5,2%). Anche per l'anno in corso l'istituto con sede a Washington prevede una crescita del PIL mondiale, ma di intensità lievemente minore (+3,5%) rispetto al 2011. Spostandoci nell'area che ci interessa più da vicino, quella dei paesi che hanno adottato l'Euro, si nota come il loro PIL aggregato presenti un andamento a "doppia v" o "double deep", caratterizzato da una ripresa post-crisi che lascia spazio a una seconda fase recessiva: nel 2012 il prodotto interno lordo dell'area tornerà a contrarsi (-0,3%) per riprendere un cammino virtuoso nel 2013 (+0,9%).

Figura 1.2 Andamento del PIL e della produzione mondiale di autoveicoli, 2002 – 2012
In milioni di autoveicoli e migliaia di miliardi di dollari



Fonte: FMI e OICA

1.2 L'industria dell'auto: i dati 2011 disaggregati per continente mostrano tendenze diverse dagli ultimi anni, ma si tratta di recuperi parziali e cambiamenti non strutturali

Nel quadro macroeconomico appena descritto l'industria dell'auto mondiale ha continuato a crescere, in termini di unità prodotte, in maniera quasi identica al PIL aggregato: +3,2%, pari a 2,6 milioni di autoveicoli assemblati in più rispetto al 2010, superando la quota di 80 milioni di autoveicoli.

Gli equilibri si sono ulteriormente riassetati con i Paesi di più antica industrializzazione che nel 2011, dopo anni di perdite di quote di mercato, hanno fatto segnare variazioni maggiori o in linea con la media mondiale: +10,6% il Nafta; +3,5% l'Europa occidentale. L'espansione della produzione autoveicolare ha riguardato l'intero continente americano, (+3,2% il Sud America grazie a Brasile e soprattutto Argentina, +15,7% la crescita di quest'ultima), così come quello europeo, dove i nuovi membri dell'Unione hanno registrato un incremento in linea con la media mondiale (+3,3%), mentre i paesi confinanti (in particolar modo Russia e Turchia) hanno compiuto un altro significativo strappo nella crescita delle loro industrie: +26,2% di media. L'unico dato tendenziale negativo ci giunge dall'Asia: -0,7%. Le difficoltà del Giappone in seguito al terremoto (-12,8%) si sono sommate ad una decelerazione del motore cinese (+0,8%), che ha tirando il fiato dopo anni di incentivi e investimenti massivi.

Tabella 1.1 Variazione assoluta e percentuale della produzione autoveicolare, scomposta per macro-aree (2011 su 2010).

	Var assoluta 2011/2010	Var % 2011-2010
Unione Europea a 15	483.486	3,5%
Nuovi membri UE	107.376	3,3%
Resto Europa (e Turchia)	713.402	26,2%
NAFTA	1.295.475	10,6%
Asia-Oceania	-299.631	-0,7%
Africa	30.238	5,9%
Sud America	133.367	3,2%
Mondo	2.463.713	3,2%

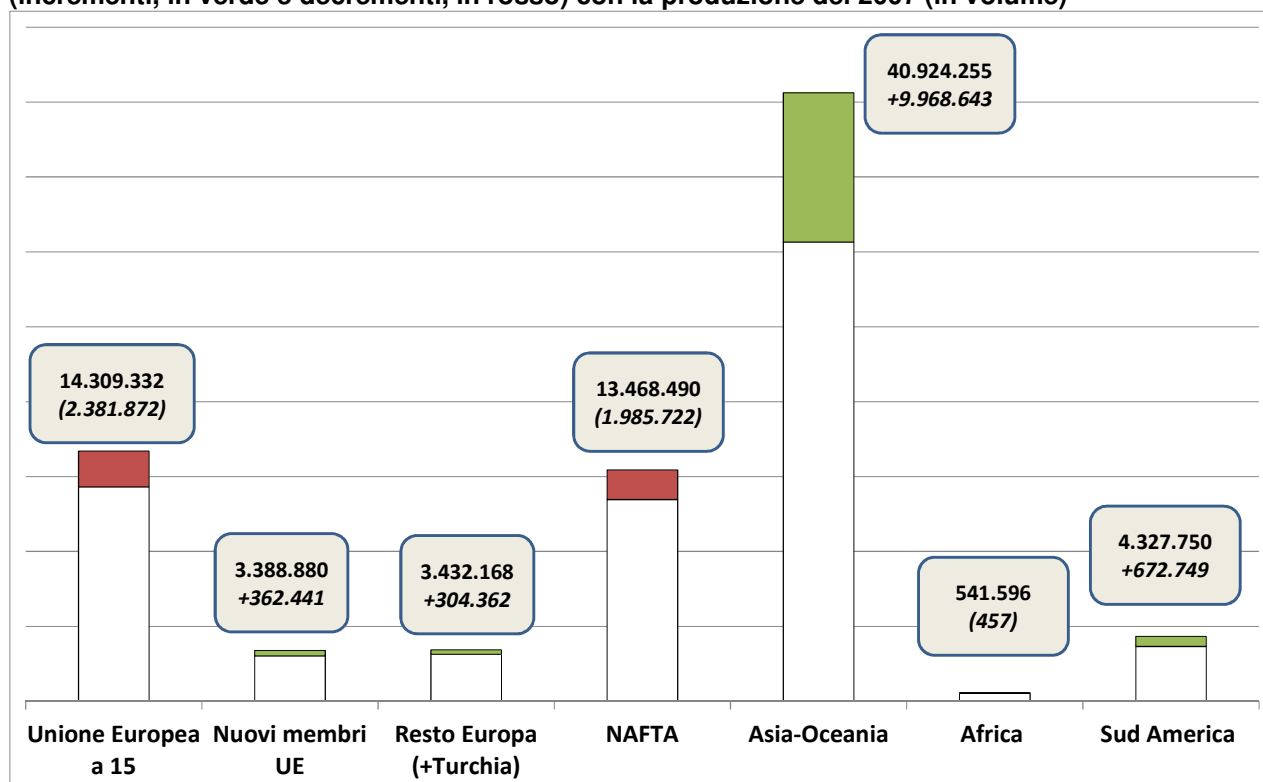
Fonte: OICA/Associazioni nazionali

Allargando l'orizzonte temporale di osservazione dal 2007 al 2011, le performance per macro area appena osservate cambiano. Dal picco pre-crisi infatti l'industria autoveicolare mondiale non solo ha recuperato il terreno perso nel 2008 e nel 2009, ma lo scorso anno ha prodotto circa sette milioni di autoveicoli in più rispetto al record di cinque anni prima.

Il successo è da imputare interamente alle economie emergenti: in primo luogo all'Asia che ha avuto una crescita senza soluzione di continuità, almeno fino al 2011, tanto da riuscire a raggiungere la quota di quaranta milioni di autoveicoli prodotti, dieci milioni in più rispetto a cinque anni prima. In Asia la Cina contribuisce per il 45% del totale dei volumi continentali, ma non è l'unico attore dinamico e in crescita: negli ultimi anni è

stata affiancata da numerosi altri Paesi che hanno sviluppato e visto crescere le rispettive industrie autoveicolari. L'elenco parte da quelle di più antica tradizione come la Corea; a piazze al centro dell'attenzione mondiale come l'India, che sta dando seguito ad un importante programma di sviluppo industriale (in dieci anni è passata da meno di un milione di unità a quasi quattro); l'Iran (1,6 milioni nel 2011) che in dieci anni ha quadruplicato la produzione o l'Indonesia, che in meno tempo l'ha triplicata, e la Thailandia che nel 2011 ha sfiorato gli 1,5 milioni di autoveicoli assemblati. L'unica piazza in controtendenza è stata il Giappone, che in soli quattro anni (dal 2008) ha perso più di tre milioni di unità assemblate.

Figura 1.3 Scomposizione della produzione 2011 di autoveicoli per continente e differenza (incrementi, in verde e decrementi, in rosso) con la produzione del 2007 (in volume)



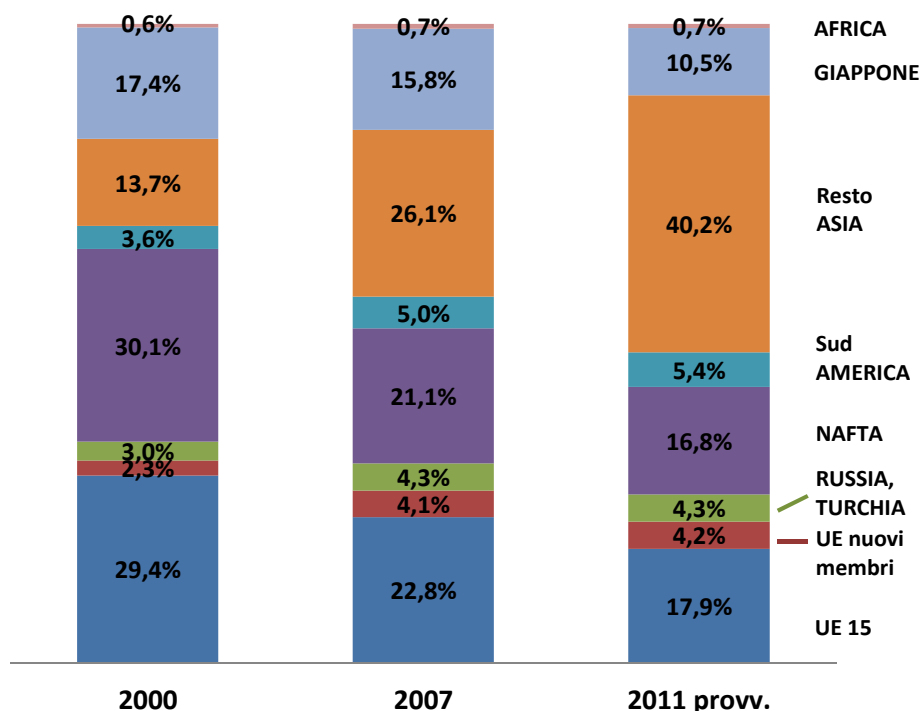
Fonte: Elaborazioni Step su dati OICA

Se l'Asia è stato il continente che nel suo insieme ha vissuto un'espansione di portata e velocità storiche, vi sono poi altre industrie autoveicolari nel mondo il cui sviluppo merita di essere citato. In Europa, negli ultimi dieci anni, la Russia ha aumentato del 50% il proprio livello produttivo; la Turchia l'ha triplicato. Nello stesso periodo di tempo, sempre nel continente europeo, si è osservato lo sviluppo di industrie autoveicolistiche di minori proporzioni assolute, ma di grande importanza relativa per i rispettivi paesi: la Repubblica Ceca nel 2011 ha sfiorato i 1,2 milioni di autoveicoli

prodotti, la Polonia ha ormai superato gli 800mila. Entrambe hanno triplicato i volumi rispetto a dieci anni prima. Un'altra area del mondo con dinamiche virtuose è stata l'America del Sud, dove negli ultimi dieci anni la produzione autoveicolare finale in Brasile ha raddoppiato le sue dimensioni (raggiungendo i 3,4 milioni di unità nel 2011) e le ha quadruplicate in Argentina (con più di 800mila autoveicoli assemblati lo scorso anno).

Al contrario, nell'Unione Europea a 15 dal 2007 al 2011 si sono persi 2,3 milioni di veicoli assemblati: a farne le spese sono state tutte le industrie nazionali ad eccezione della Germania, che proprio lo scorso anno ha toccato il record storico di 6,3 milioni di unità prodotte. La crisi delle industrie mature non ha risparmiato neppure l'America del Nord, con l'area di libero scambio (NAFTA) che nonostante il recupero del 2011 (+10,6%) ha un livello produttivo inferiore di circa due milioni di unità rispetto a cinque anni fa.

Figura 1.4 Peso percentuale delle macro-aree mondiali sul totale della produzione di autoveicoli. Confronto 2000, 2007 e 2011



Fonte: OICA

Il risultato di queste dinamiche di notevole intensità ha determinato, nello spazio di poco più di un decennio, un riequilibrio dei pesi specifici delle singole industrie continentali nel Mondo. Nel 2000 la produzione aggregata di Giappone, area NAFTA e Unione Europea (a 15) valeva il 77% del totale Mondo, dodici anni più tardi la loro quota

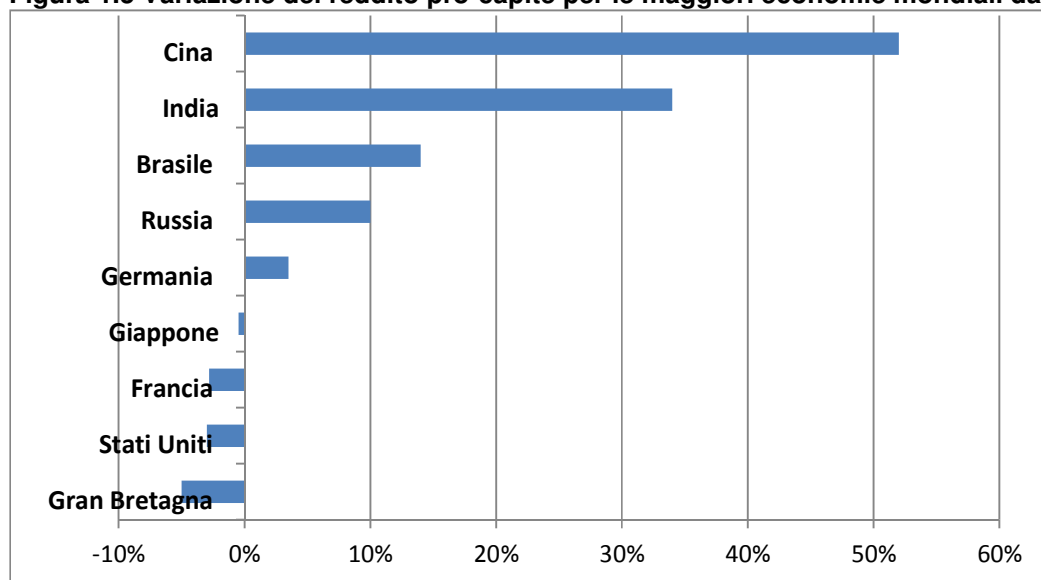
è del 45%, con una perdita di 22 punti percentuali. Il riequilibrio è avvenuto a favore di tutte le economie emergenti (salvo l’Africa, che ha mantenuto la quota del 2000), in particolar modo dei paesi asiatici, che sono passati da poco meno del 14% sul totale assemblato nel mondo (nel 2000) a più del 40% nel 2011.

1.3 Il mercato autoveicolare nel Mondo.

1.3.1 Le immatricolazioni nelle economie emergenti continuano a guadagnare posizioni a scapito di quelle tradizionali, alle prese con decrementi di reddito e potere d’acquisto

Gli andamenti del prodotto interno lordo degli stati hanno chiaramente avuto delle ripercussioni sui redditi dei cittadini. Se con l’aiuto dell’Economist Intelligence Unit analizziamo l’andamento del prodotto interno lordo reale (al netto dell’inflazione) pro-capite nelle maggiori economie mondiali dall’ultimo anno prima della crisi a tutto il 2012 (stimato), notiamo come, ad eccezione della Germania, nei Paesi occidentali questo si sia contratto, mentre nei cosiddetti emergenti, anche in anni considerati “di crisi” si è espanso (figura 1.5).

Figura 1.5 Variazione del reddito pro-capite per le maggiori economie mondiali dal 2007 al 2012



Fonte: Economist Intelligence Unit

Conseguentemente a ciò, mercati considerati emergenti si sono ormai affermati fra le principali piazze mondiali. Nella classifica dei più importanti mercati (per numero di autoveicoli venduti) la Cina ha raggiunto il primo posto da qualche anno, ma dietro di lei

si stanno ormai consolidando il Brasile (al quarto posto), l'India (al sesto) e la Russia (al settimo). Se scorressimo ancora la classifica delle immatricolazioni del 2011 noteremmo che anche Paesi come il Messico, la Turchia, l'Indonesia e la Thailandia sono entrati nei primi venti posti al mondo, superando mercati come quello Belga, Olandese e del Sud Africa.

Tabella 1.2 Classifica dei maggiori mercati autoveicolari per numero di immatricolazioni. Evoluzione storica dal 2000 al 2011, con le variazioni percentuali 2011 su 2010.

	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	var.% 2011/2010
1 Cina	2.087.362	5.761.921	8.784.791	9.363.306	13.621.543	18.041.817	18.533.406	2,7
2 Stati Uniti	17.811.673	17.444.329	16.460.315	13.493.165	10.601.368	11.772.219	13.040.545	10,8
3 Giappone	5.963.042	5.852.068	5.353.648	5.082.235	4.609.255	4.956.138	4.210.219	-15,1
4 Brasile	1.489.481	1.714.644	2.462.728	2.820.350	3.141.125	3.515.064	3.633.248	3,4
5 Germania	3.693.147	3.637.749	3.482.279	3.425.039	4.049.353	3.198.417	3.508.454	9,7
6 India	840.141	1.440.455	1.993.199	1.981.583	2.263.775	3.039.004	3.293.036	8,4
7 Russia	1.103.300	1.354.923	2.885.361	3.300.802	1.595.999	2.091.011	2.803.430	34,1
8 Francia	2.611.088	2.597.683	2.629.164	2.614.799	2.718.599	2.708.883	2.687.052	-0,8
9 Regno Unito	2.523.170	2.828.127	2.799.619	2.485.258	2.222.542	2.293.576	2.249.483	-1,9
10 Italia	2.679.994	2.495.436	2.777.175	2.421.918	2.357.886	2.164.627	1.943.049	-10,2

Fonte: Associazioni nazionali

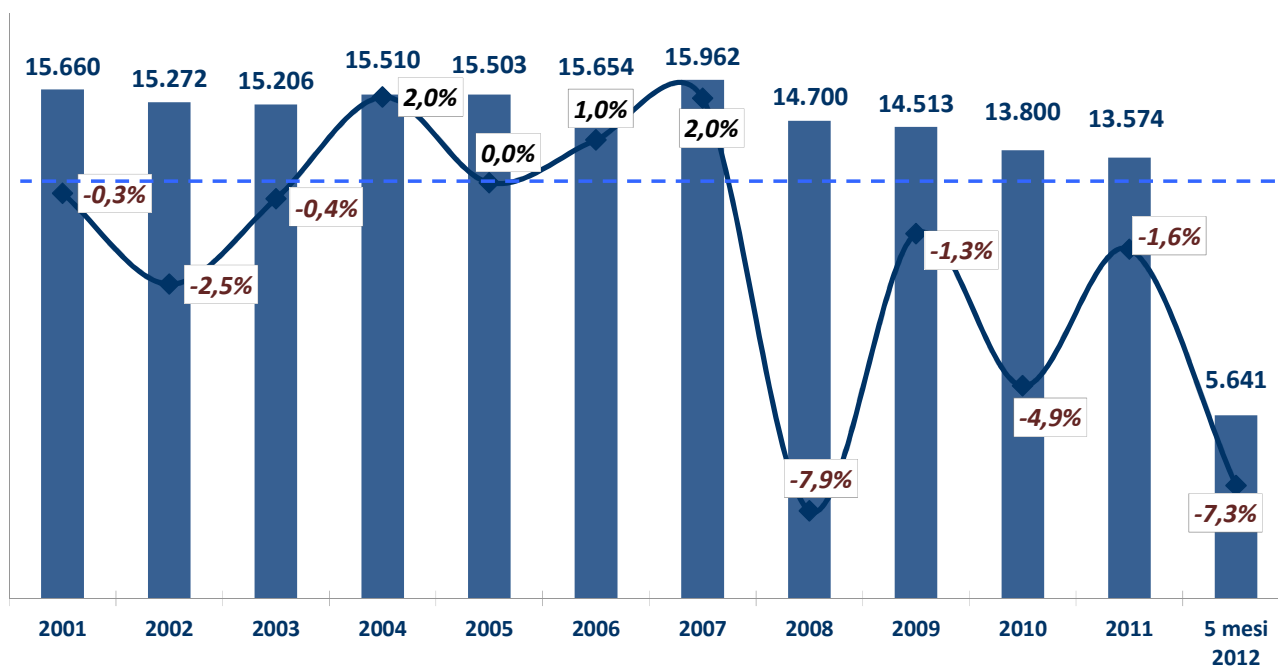
1.3.2 Il mercato europeo si riduce da quattro anni, rendendo sempre più difficile ottenere utili

Lo scorso anno il prodotto interno lordo dell'area Euro è cresciuto dell'1,6%, ma i consumi di auto si sono ridotti del 1,7%, che si traduce in 230mila veicoli venduti in meno rispetto al 2010. 17 mercati sui 25 dell'Unione Europa sono tornati a crescere nel 2011, ma ben quattro dei cinque maggiori hanno registrato delle perdite: Francia, Regno Unito, Italia e Spagna hanno venduto mezzo milione di autovetture in meno rispetto al 2010.

Nonostante l'Unione Europa rappresenti ancora più di un quinto delle immatricolazioni mondiali di autoveicoli, il trend negativo delle vendite persiste da 4 anni, tanto da aver abbassato il livello di immatricolazioni in Europa (Unione Europea più EFTA¹), da una quota costantemente sopra i 15 milioni dei primi sette anni del decennio scorso, ad una attuale attorno ai 13 milioni. Non solo, i primi dati del 2012 fanno presagire un altro anno di flessione delle vendite.

¹ EFTA: European Free Trade Association, fra Islanda, Norvegia e Svizzera.

Figura 1.6 Andamento storico delle immatricolazioni di autovetture in Unione Europea (ed EFTA) dal 2001 ai primi 5 mesi del 2012



Fonte: ACEA

1.4 Le Case automobilistiche: per avere successo necessitano di prodotti sempre più sofisticati con un'attenzione particolare a prezzi ed emissioni

A nulla sono valsi gli incentivi governativi varati poco dopo l'inizio della crisi, se non a posticiparne gli effetti. La guerra dei prezzi dei listini con sconti fino al 30% non sembra sortire gli effetti desiderati. Al contrario assottiglia, quando non annulla, i margini delle case costruttrici.

Prendendo in esame il periodo che va dal 2007 al 2011, si nota come nel mercato unico europeo (al quale aggiungiamo l'EFTA) si siano perse 2,4 milioni di immatricolazioni. La flessione ha colpito negativamente le performance di vendita di quasi tutte le case costruttrici: solo tre dei dieci più importanti gruppi operanti su questo mercato hanno fatto segnare risultati stabili o in positivo.

Con una crescita del 3,6% Renault si è avvalsa degli incentivi nazionali, ma anche di una ritrovata appetibilità dei suoi modelli (con design meno avveniristici e più vicini ai gusti dei consumatori), e ha superato sia Ford che la concorrente nazionale PSA. Ora, dopo aver vinto la sfida dell'auto low cost (con il marchio Dacia, che nel 2010 ha superato le 260mila immatricolazioni) si appresta a varare la sfida della propulsione totalmente

elettrica: la compatta Zoe sarà disponibile nelle concessionarie a fine 2012 ad un prezzo (quando sovvenzionato dai governi) di 15.700 euro.

Tabella 1.3 Le immatricolazioni dei maggiori marchi in Unione Europa ed EFTA. Confronto 2007, 2011, immatricolazioni in migliaia di unità

	Marchio	imm 2007	% mercato 2007	imm 2011	% mercato 2011	diff. assoluta	2011-2007
1	VW Group	3.167	19,8%	3.167	23,3%	0	0,0%
2	RENAULT NISSAN	1.694	10,6%	1.755	12,9%	61	3,6%
3	PSA Group	2.049	12,8%	1.682	12,4%	-367	-17,9%
4	GM Group	1.651	10,3%	1.165	8,6%	-486	-29,4%
5	FORD	1.709	10,7%	1.077	7,9%	-632	-37,0%
6	FIAT CHRYSLER	1.372	8,6%	947	7,0%	-425	-31,0%
7	BMW Group	850	5,3%	810	6,0%	-40	-4,7%
8	KIA HYUNDAI	560	3,5%	692	5,1%	132	23,6%
9	DAIMLER	824	5,1%	671	4,9%	-153	-18,6%
10	TOYOTA Group	945	5,9%	554	4,1%	-391	-41,4%
	Totale mercato	16.003	100,0%	13.573	100,0%	-2.430	-15,2%

Fonte: ACEA

Il Gruppo Volkswagen ha usato una sapiente strategia nella gestione dei marchi e del product-mix: non solo ha dato vita a prodotti vincenti, ma li ha declinati per tutti i suoi marchi, ottenendo un posizionamento ottimale in tutti i segmenti di mercato e intercettando gusti e bisogni dei consumatori, da quelli con meno possibilità economiche, fino a quelli dei segmenti premium e sportivi. Questa strategia è stata replicata in tutto il mondo, dando vita ad economie di scala benefiche per i profitti della gruppo tedesco, che ormai rivaleggia con Toyota e General Motors nella corsa alla conquista del primato delle vendite mondiali.

Lo scorso anno, il player di maggior successo è stato senza dubbio Hyundai (possessore di una quota di Kia), cresciuto in tutto il mondo, tanto da mirare nel 2012 a raggiungere la quota di 7 milioni di veicoli venduti. Anche in Europa il gruppo coreano è stato protagonista di una crescita sorprendente (+23,6%) grazie ad affidabilità, prezzi contenuti ed un design rinnovato ed accattivante.

Se del Gruppo Fiat-Chrysler parleremo nel prossimo capitolo, ci preme ora sottolineare come storici marchi generalisti europei ed americani siano entrati in crisi e non siano ancora stati in grado (in Europa) di ripetere i successi avuti in altre parti del mondo. Il Gruppo PSA nel 2011 ha subito una battuta d'arresto (-17,9%) tanto più grave se si pensa come l'Europa sia il suo mercato di riferimento per eccellenza e agli ingenti

investimenti effettuati per il rinnovo della gamma e delle tecnologie. I marchi americani che hanno ritrovato fiato negli Stati Uniti, dall'altra parte dell'oceano hanno perso volumi e quote di mercato: -37% Ford e -29,4% General Motors, che qui subiscono anche perdite significative in termini finanziari.

I marchi maggiormente legati al lusso come Daimler e BMW non sono riusciti a sottrarsi alla congiuntura sfavorevole, e dopo un 2011 in recupero nei primi mesi del 2012 sono di nuovo sotto pressione.

Dal canto suo Toyota, se da una parte sembra aver superato uno dei periodi più critici della sua storia iniziato con problemi di qualità ed il ritiro di milioni di modelli per difetti ad alcuni componenti, aggravato dalla perdita di fiducia dei consumatori e culminato con il terremoto in Giappone, non è ancora riuscita a trovare in Europa quell'appeal e quella penetrazione commerciale che vanta in altri continenti (in Asia per volumi e presenza capillare, negli Stati Uniti per immagine e profittabilità). La strategia dei mesi a venire punta ancora su tecnologia e affidabilità a prezzi accessibili, ne è un esempio la nuova Prius. E' disponibile la versione ibrida, che manifesta la volontà del Gruppo di migliorare un dispositivo sviluppatosi con il marchio giapponese, diffondendone l'uso anche nei segmenti più bassi del portafoglio prodotti, grazie a prezzi di poco superiori alle motorizzazioni diesel: la Prius ibrida è proposta a partire da 17.500 euro.

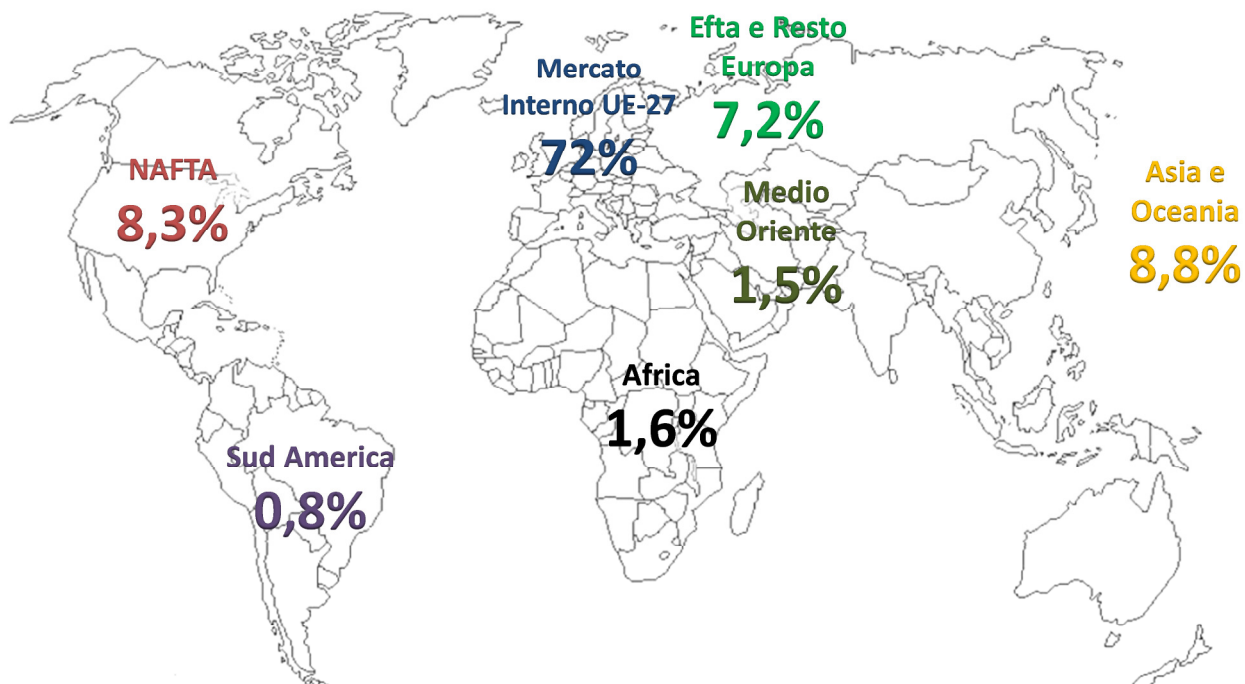
1.5 Con un mercato interno che si contrae, l'alternativa per i produttori europei è esportare negli altri continenti: un'opportunità che vale fra i 4 ed i 5 milioni di autovetture

Nel 2012 è probabile che il mercato dell'Unione Europea faccia segnare il suo quinto anno consecutivo di flessione, con una perdita di autovetture che, in totale sui cinque anni, sfiorerà i tre milioni di unità. È come se in un lustro fosse venuto a mancare un mercato più grande di quello francese. A fronte di queste dinamiche, una delle possibilità che hanno i produttori europei, per difendere la produttività degli stabilimenti, è quella di produrre qui per vendere all'estero. Questo non è sempre possibile, o economico, avendo ormai quasi tutti i gruppi sviluppato una rete produttiva internazionale, ma come ci mostrano le statistiche, l'industria europea vanta ancora delle specializzazioni tali da rendere conveniente le esportazioni da qui. In questo senso un aiuto giunge dalla svalutazione che ha subito l'Euro da qualche anno: dal luglio del 2008 ha perso nei

confronti del dollaro più del 20% del suo valore, il 26% dallo Yuan e più del 40% nei confronti dello Yen.

Nello stesso periodo ogni anno fra i 4 ed i 5 milioni di autovetture sono state prodotte negli stabilimenti europei per i consumatori extra-continentali, appartenenti a mercati come Stati Uniti, Cina, Turchia e Russia che ne assorbono una quota pari al 40%.

Figura 1.7 Destinazione della produzione di autovetture dell'Unione Europea, per destinazione in percentuale del totale (in volume, 2010)



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati OICA

Tabella 1.4 Le esportazioni di autovetture prodotte in Unione Europea (in volume, 2010)

	2007	2008	2009	2010 (2010/2009)	(2010/2007)	Peso % 2010
Stati Uniti	988.449	875.953	548.853	710.301	29,4%	16,6%
Cina	100.480	136.567	173.042	345.573	99,7%	8,1%
Turchia	225.785	223.463	170.647	340.026	99,3%	8,0%
Russia	53.378	675.312	178.999	291.576	62,9%	6,8%
Svizzera	244.539	234.076	204.801	260.180	27,0%	6,1%
Bielorussia	100.963	119.212	111.737	151.708	35,8%	3,6%
Giappone	213.709	161.750	115.005	150.687	31,0%	3,5%
Norvegia	153.320	124.422	112.173	149.305	33,1%	3,5%
Australia	111.435	110.082	84.754	125.961	48,6%	3,0%
Canada	90.609	103.466	87.839	103.616	18,0%	2,4%
Mondo	5.069.862	4.854.621	3.461.619	4.266.198	23,2%	100,0%

Fonte: OICA

In particolare il mercato cinese ha visto le proprie importazioni crescere in maniera continua. I dati più recenti mostrano come a maggio del 2012 l'import cinese abbia segnato l'ennesimo record storico, con 114.800 unità acquistate dall'estero, ed una crescita tendenziale del 52%. Più del 60% di questi acquisti sono SUV ed il 44%

appartengono a marchi europei e giapponesi del lusso o premium. Nei primi cinque mesi del 2012 le importazioni cinesi hanno sfiorato il mezzo milione di unità: il 28% in più dello scorso anno. Anche le esportazioni cinesi sono cresciute con la stessa intensità (+29%) arrivando a 382mila unità, un dato che resta comunque inferiore a quello delle importazioni.

1.6 Il perdurare della congiuntura negativa in Europa spingerà le Case a nuove alleanze, chiusure di stabilimenti, ma anche a pensare a nuovi modelli di mobilità

All'orizzonte non si intravede una rapida ripresa. L'OECD stima un 2012 con una crescita del Pil dell'area Euro appena sopra lo zero (+0,2%) ed anche per il 2013 le previsioni inducono alla prudenza (+1,4%).

Diversi consumatori europei da una parte vedono calare il loro potere d'acquisto, dall'altra, prima di tornare a spendere, stanno aspettando risposte sufficientemente convincenti rispetto alla soluzione della crisi dei debiti sovrani. A completare il quadro vi è poi la stretta del credito da parte del sistema bancario e una disoccupazione, specie giovanile, in crescita.

Gli stati dell'Unione Europea faticano a delineare un'efficace politica comune per capovolgere l'innalzamento dei tassi di interesse sui mercati del debito pubblico e, con vincoli di bilancio crescenti, difficilmente potranno varare significative politiche espansive, magari reintroducendo incentivi all'acquisto di auto con tecnologie verdi. In mancanza di decise inversioni di rotta il trend stabile o negativo delle immatricolazioni è destinato a continuare almeno fino agli inizi del 2013.

Nei primi cinque mesi del 2012 il livello delle immatricolazioni nel mercato unico è stato inferiore di 7,3 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, pari a circa 440mila unità vendute in meno. La flessione non sta risparmiando neppure il Gruppo Volkswagen e quello Renault che dall'inizio della crisi si erano comportati meglio degli altri. Gli unici ad andare in contro tendenza sono Hyundai-Kia, Daimler (che galleggia sulla linea della stabilità) e Jaguar-Land Rover.

Tutto questo a fronte di sforzi notevoli della Case automobilistiche: al Salone di Ginevra hanno presentato 180 novità per stimolare i consumatori europei con novità riguardanti design, stili, tecnologie e versatilità dei veicoli, con prezzi sempre più contenuti.

Non sorprende che, a fronte della necessità di continuare a sostenere investimenti per mantenere alto il livello di concorrenzialità, le case tornino ad essere attive rispetto alla ricerca di alleanze per condividere risorse e abbattere i costi. Una delle più recenti è

stata quella fra General Motors e PSA. Due gruppi generalisti in crisi che come altri dovranno affrontare il maggior problema continentale: l'abbassamento del livello di capacità produttiva installata, misurata a seconda delle Case da un minimo del 20% di eccesso, ad un massimo del 35-40%. Gli annunci di possibili chiusure di stabilimenti si moltiplicano e questo tabù europeo potrebbe via via venir superato: dopo Termini Imerese (Fiat), Anversa (Opel) e l'annuncio di chiusura di Aulnay sous Bois (PSA), altri impianti potrebbero subire la stessa sorte.

Nel frattempo è bene chiedersi se le dinamiche appena analizzate non siano il sintomo di cambiamenti strutturali nel modo di pensare all'acquisto di auto nei mercati maturi (ritardandone la sostituzione²), così come al modo di spostarsi all'interno delle grandi città. Se la domanda di mobilità è destinata a rimanere elevata, i consumatori, specie quelli appartenenti alle giovani generazioni, spinti da un decrescente potere d'acquisto e nuovi modelli culturali, potrebbero essere attratti da nuove proposte come il carsharing, l'intermodalità (auto-mezzo pubblico; auto-bici, ...) ³ e, perché no, in futuro da modelli di auto con alimentazioni più sostenibili per l'ambiente e meno costose.

² Aumenta il periodo in cui si possiede la stessa auto: negli USA si è passati dai 38 mesi del 2003 ai 57 mesi del 2011. Le cause sono numerose: i prodotti sono sempre più affidabili, le distanze percorse sono in calo così come le possibilità economiche di famiglie e imprese.

³ Una ricerca dell'Università del Michigan ha dimostrato come fra i giovani di diversi paesi (USA, Germania, Gran Bretagna, Giappone, Svezia, Norvegia, Corea del Sud) vi sia la stessa tendenza: una minore percentuale di giovani che usano la macchina e addirittura di richieste di patenti. Nel 1983 il 94% degli under 20 negli Stati Uniti possedeva una patente. Nel 2008 la stessa percentuale era scesa al 84%.

CAPITOLO II

La filiera nazionale vive difficoltà dovute alla flessione della produzione interna, ma esistono le condizioni per un aumento della produttività



Dopo la sostanziale tenuta del 2010, nel 2011 la produzione italiana di autoveicoli è scesa dalle 838mila unità assemblate nel 2010 alle 790mila del 2011. In un anno la flessione è stata del 5,7% per un totale di quasi 48mila unità assemblate in meno.

Questa dinamica aggregata nasconde le opposte traiettorie dei diversi comparti: le autovetture hanno subito una frenata pari al 15,3% (che si traducono in 87mila unità in meno), così come gli autobus (-22,7%). Al contrario i veicoli commerciali (+14,5%) e industriali (+20,1%) hanno continuato la ripresa iniziata nel 2010, facendo registrare nel complesso una produzione addizionale di 40mila unità.

Allargando l'analisi agli anni passati ritroviamo dinamiche negative sia in valore assoluto che relativo.

Lo scorso anno nel Mondo si costruivano 21,4 milioni di autoveicoli in più rispetto al 2002. Al contrario nelle fabbriche italiane se ne assemblano 636mila in meno, pari a due

stabilimenti di dimensioni medio-grandi, riportando il livello della produzione a quote superate dagli anni Sessanta. Questo andamento in controtendenza con il resto del Mondo ha fatto progressivamente scivolare il nostro Paese nella classifica internazionale per volumi produttivi dal decimo posto del 1999 al ventunesimo del 2011. Rispetto poi all'ultimo picco di produzione nazionale del 2007, nel 2011 si è perso mezzo milione di autoveicoli.

Scomponendo il dato aggregato però, si può scorgere un trend positivo anche in Italia. La produzione di veicoli industriali e commerciali è cresciuta quasi ininterrottamente dagli anni Sessanta ad oggi. La crisi ne ha invertito la tendenza alla crescita (nel 2008) e poi dimezzato i volumi (nel 2009) da 365 a 182 mila unità, ma gli ultimi due anni di crescita hanno fatto recuperare l'80% del record storico del 2007.

Le ragioni di un calo così evidente dei livelli di produzione nel nostro paese sono da ricercarsi in diversi fattori: una progressiva perdita di competitività del nostro sistema industriale, almeno per quello che concerne la produzione delle autovetture ed in particolare di quelle appartenenti ai segmenti di gamma più bassi. È poi mancata un'alternativa al maggiore produttore nazionale: quest'ultimo è diventato un player internazionale allocando i propri capitali sullo scacchiere mondiale. Il sistema produttivo italiano non è riuscito a fare altrettanto, attraendo investimenti di assemblatori finali. Vi è poi stata la crisi del mercato europeo ed in particolare di quello italiano, che assorbono la quasi totalità della produzione nazionale. Quest'ultima, in media, è infatti destinata per poco più del 50% al mercato domestico e per un altro 38-40% all'Europa occidentale.

Il Gruppo Fiat prosegue nell'integrazione finanziaria e industriale del Gruppo Chrysler. I risultati del bilancio 2011 vedono un fatturato pari a 59,5 miliardi di euro, un utile della gestione ordinaria di 2,4 miliardi di euro e un utile netto di 1,65 miliardi di euro. I buoni risultati derivano principalmente dai successi sul mercato statunitense, dal consolidamento della posizione in Brasile e nel mercato dei veicoli industriali e commerciali oltre che dal marchio Ferrari e dal rafforzamento di Chrysler su mercati diversi da quelli nord americani.

I buoni risultati sul mercato nordamericano hanno contribuito al ritorno all'attivo del Gruppo Chrysler, per la prima volta dal 1997, con profitti netti pari a 183 milioni di dollari rispetto alle perdite per 652 milioni nel 2010.

In Italia ed in Europa il Gruppo soffre per l'andamento negativo dei mercati, amplificato dal rallentamento nel rinnovo della gamma offerta. Il rilancio della progettazione di nuovi

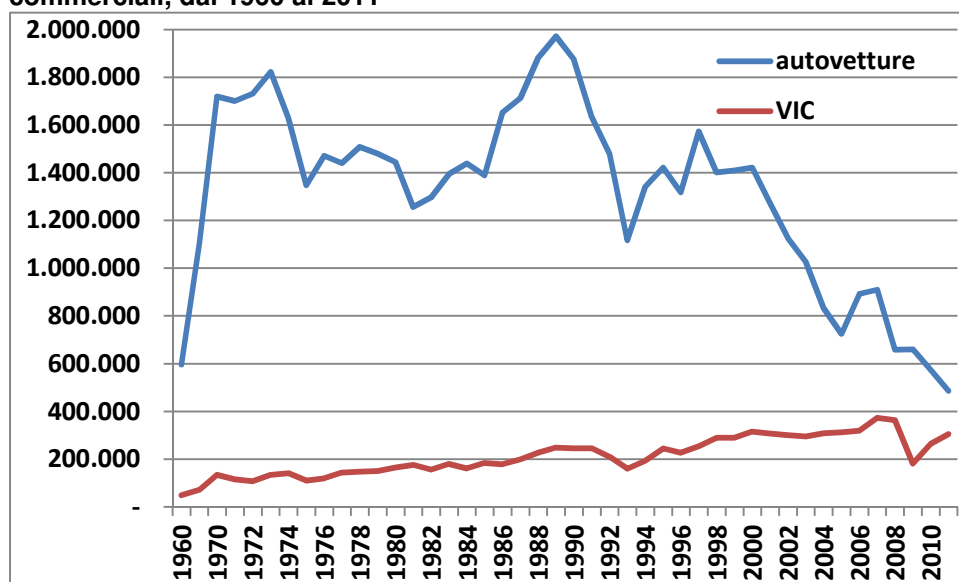
modelli, l'ingegnerizzazione delle linee prima e la produzione delle autovetture poi sono attese dal sistema industriale italiano, che deve accrescere la sua produttività se vuole attirare investimenti ed esportare i propri manufatti finali nel resto del mondo. Le vendite oltre confine continuano a crescere per i componentisti piemontesi e del resto d'Italia: nel 2011 hanno fatturato sui mercati esteri 19,1 miliardi di euro, con una crescita del 16%, che ha contribuito a battere il precedente record toccato nel 2007 (pari a 18,8 miliardi di euro). Nel 2011 crescono anche le esportazioni dei componentisti piemontesi, anche se meno rispetto al resto d'Italia. Esportazioni che valgono circa 7,5 miliardi di euro, quasi il 40% del dato nazionale. I componentisti piemontesi realizzano circa l'80% delle loro esportazioni in Europa, ma cresce l'importanza di industrie emergenti come la Turchia o la Russia, così come i paesi dell'Europa centrale: non solo la Polonia, ma anche la Slovacchia, la Romania e la Repubblica Ceca.

2.1 La produzione di autoveicoli in Italia: complessivamente in calo del 5,7%. In crescita quella dei veicoli industriali e commerciali.

Dopo la sostanziale tenuta del 2010, nel 2011 la produzione italiana di autoveicoli è scesa dalle 838mila unità assemblate nel 2010 alle 790mila del 2011. In un anno la flessione è stata del 5,7% per un totale di quasi 48mila unità assemblate in meno.

Questa dinamica aggregata nasconde le opposte traiettorie dei diversi comparti: le autovetture hanno subito una frenata pari al 15,3% (che si traducono in 87mila unità in meno), così come gli autobus (-22,7%); al contrario i veicoli commerciali (+14,5%) e industriali (+20,1%) hanno continuato la ripresa iniziata nel 2010, facendo registrare nel complesso una produzione in crescita di 40mila unità.

Figura 2.1 Andamento storico della produzione italiana di autovetture e veicoli industriali e commerciali, dal 1960 al 2011



Fonte: ANFIA

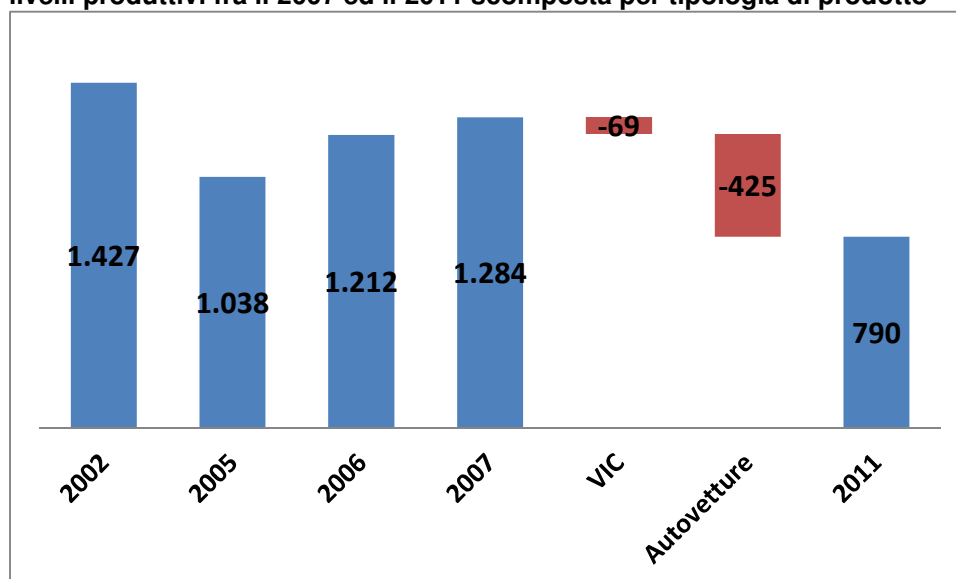
Allargando l'analisi agli anni passati ritroviamo dinamiche negative sia in valore assoluto che relativo.

Lo scorso anno nel Mondo si costruivano 21,4 milioni di autoveicoli in più rispetto al 2002. Al contrario nelle fabbriche italiane se ne assemblavano 636mila in meno, pari a due stabilimenti di dimensioni medio-grandi, tornando a livelli che non erano più stati toccati dagli anni Sessanta. Questo andamento in controtendenza con il resto del Mondo ha fatto progressivamente scivolare il nostro Paese nella classifica internazionale per volumi produttivi dal decimo posto del 1999 al ventunesimo del 2011.

Dall'inizio della crisi economico-finanziaria mondiale del 2007 dunque si è progressivamente eroso il livello di autovetture prodotte nel nostro paese, tanto che nel 2011 se ne sono assemblate circa la metà rispetto a cinque anni prima, pari a una perdita di 425mila unità.

Scomponendo il dato aggregato però, si può scorgere un trend positivo anche in Italia. La produzione di veicoli industriali e commerciali è cresciuta quasi ininterrottamente dagli anni Sessanta ad oggi. Anche questo comparto ha subito in maniera significativa la crisi, che prima ne ha invertito la crescita (nel 2008) e poi ne ha dimezzato i volumi (nel 2009) da 365mila unità sono passati a 182mila. Negli ultimi due anni il comparto dei veicoli industriali e commerciali ha però recuperato complessivamente 122mila unità di produzione, portandosi ad un livello pari all'80% del record storico del 2007.

Figura 2.2 La produzione autoveicolare in Italia (in migliaia di unità prodotte). Differenza di livelli produttivi fra il 2007 ed il 2011 scomposta per tipologia di prodotto



Fonte: ANFIA

Tabella 2.1 Produzione nazionale di autoveicoli, scomposta per categoria, dal 2002 al 2011 (in unità prodotte)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Veicoli industriali e commerciali	301.312	295.177	308.527	312.824	319.092	373.452	364.553	182.139	265.017	304.742
Autovetture	1.125.769	1.026.454	833.578	725.528	892.502	910.860	659.221	661.100	573.169	485.606
Totale	1.427.081	1.321.631	1.142.105	1.038.352	1.211.594	1.284.312	1.023.774	843.239	838.186	790.348

Fonte: ANFIA

Le ragioni di un calo così evidente dei livelli di produzione nel nostro paese sono da ricercarsi in diversi fattori. Ne possiamo riassumere alcuni dei principali: vi è stata una progressiva perdita di competitività del nostro sistema industriale, almeno per quello che concerne la produzione delle autovetture ed in particolare di quelle appartenenti ai

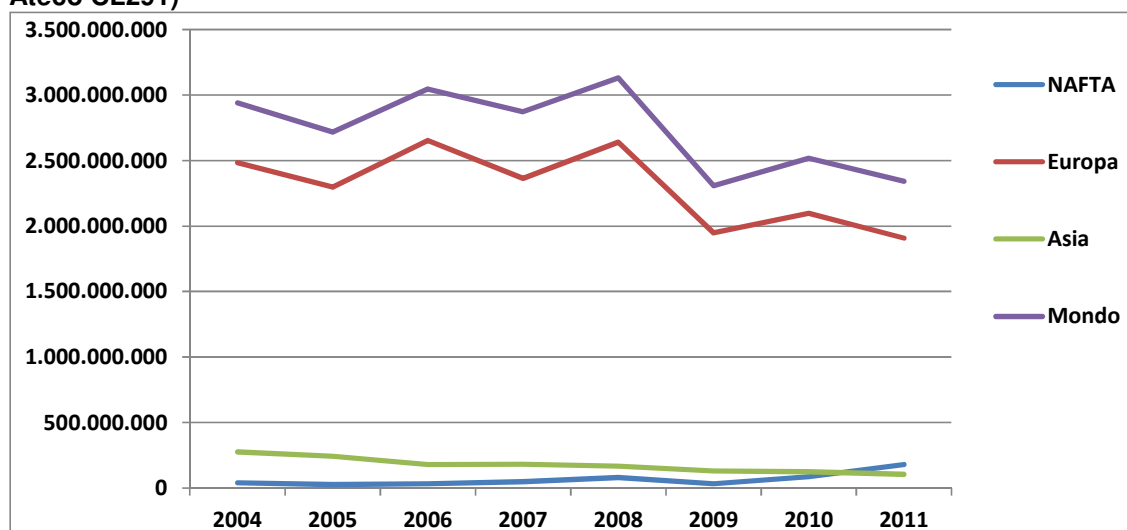
segmenti di gamma più bassi. È poi mancata un'alternativa (nazionale o internazionale) al maggiore produttore nazionale: quest'ultimo è diventato un player internazionale allocando i propri capitali sullo scacchiere mondiale. Il sistema produttivo italiano non è riuscito a fare altrettanto, attraendo investimenti di assemblatori finali. Mentre il Gruppo Fiat localizzava le sue produzioni altrove (Polonia, Turchia, Serbia), altri attori internazionali, provenienti in maggior parte dall'est del Mondo (dal Giappone prima, dalla Corea, dall'India e dalla Cina poi) hanno preferito paesi come la Francia, l'Inghilterra e, dalla seconda metà del decennio scorso, paesi dell'Est come la Slovacchia, la Bulgaria e ora la Macedonia.

A cavallo fra gli anni Ottanta e gli anni Novanta una sponda al mantenimento dei volumi produttivi finali sembrava poter essere fornita dai carrozzieri, in particolare da quelli piemontesi che, sotto la spinta della domanda dei global player, si erano attrezzati per poter produrre diverse decine di migliaia di modelli di nicchia. Nello scorso decennio però, gli assemblatori finali hanno modificato le loro linee produttive rendendole più flessibili e profittevoli anche per produzioni limitate.

Un ruolo di freno alla produzione nazionale è stato poi giocato dalle difficoltà del mercato domestico e da quello continentale, che persistono dall'inizio della crisi.

Negli ultimi cinque anni il mercato italiano, fra autovetture e veicoli industriali e commerciali è passato da un livello di oltre 2,7 milioni di immatricolazioni del 2007 agli 1,9 milioni del 2011, con la perdita di più di 800mila unità, pari a una variazione del 30%. Nello stesso lasso di tempo anche il mercato continentale (Unione Europea e paesi EFTA), perdeva più di tre milioni di immatricolazioni (-16,7%).

Figura 2.3 Esportazioni di autoveicoli in valore dal 2004 al 2011 per aree di destinazione (euro, Ateco CL291)



Fonte: ISTAT

L'andamento del mercato italiano ed europeo nel suo insieme rimangono fondamentali, poiché essi determinano la quasi totalità della domanda di produzione nazionale. Quest'ultima, in media, è infatti destinata per poco più del 50% al mercato domestico e per un altro 38-40% all'Europa occidentale. Nelle piazze che negli ultimi anni fanno registrare le dinamiche maggiori (Russia, Turchia, America e Asia) esportiamo il 6% circa della nostra produzione, che si traduce in un numero di autoveicoli compreso fra le ventimila e trentamila, a seconda degli anni.

Nonostante i problemi di competitività del sistema produttivo italiano e la congiuntura nazionale e continentale sfavorevole, osserviamo come il livello della produzione italiana sia comunque relativamente basso. Se infatti lo paragoniamo alla popolazione residente, nonché alle immatricolazioni (in flessione, ma ancora molto elevate in valore assoluto), possiamo constatare come nel primo caso l'Italia produca 14 veicoli ogni 100 abitanti, meno del Portogallo (15 veicoli ogni cento abitanti), della Romania (18) e dell'Inghilterra (22) e significativamente sotto la media europea (36). Il secondo raffronto (figura 2.4) indica come l'Italia sia uno dei paesi al Mondo con il peggior rapporto fra importanza del mercato e livello di produzione: ogni dieci auto acquistate, se ne fabbricano quattro. In Germania questo rapporto si inverte: ogni dieci autoveicoli acquistati, se ne assemblano diciotto.

La conclusione è che nonostante le difficoltà elencate prima, se consideriamo l'importanza del mercato interno, di quello prossimo (continentale) e le capacità qualitative della nostra filiera di fornitura (analizzate nel capitolo III), esistono margini

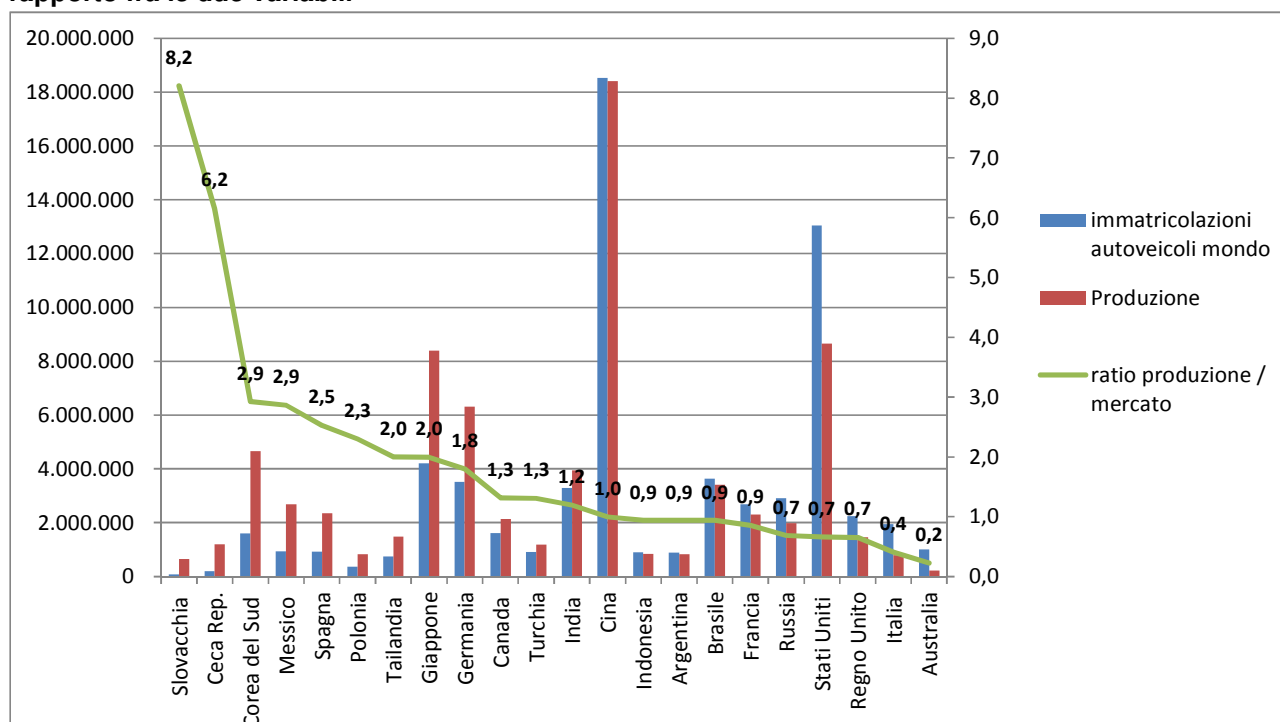
di manovra, che decisori pubblici e sindacati possono sfruttare per attrarre investimenti produttivi, accrescendo i livelli di produzione finale di autoveicoli.

Se nel primo capitolo abbiamo tracciato qualche previsione per un mercato europeo che quest'anno vivrà il suo quinto anno consecutivo di flessione, le prospettive del mercato nazionale non sono migliori, alla luce dei dati congiunturali. Nel primo trimestre del 2012 il prodotto interno lordo (rispetto allo stesso periodo dello scorso anno) è calato dell'1,42% (dopo il -0,51% dell'ultimo trimestre del 2011); la disoccupazione è salita a un tasso superiore al 10% e i consumi delle famiglie si sono contratti del 2,45%.

I maggiori istituti di ricerca specializzati prevedono che i redditi a disposizione delle famiglie ed i loro consumi caleranno ancora fino almeno all'estate del 2013.

I primi sei mesi 2012 del mercato dell'auto riflettono queste dinamiche: le immatricolazioni sono calate del 19,7% rispetto allo stesso periodo del 2011, con una perdita di 200mila unità.

Figura 2.4 Livello assoluto della produzione e immatricolazioni per principali paesi produttori e rapporto fra le due variabili



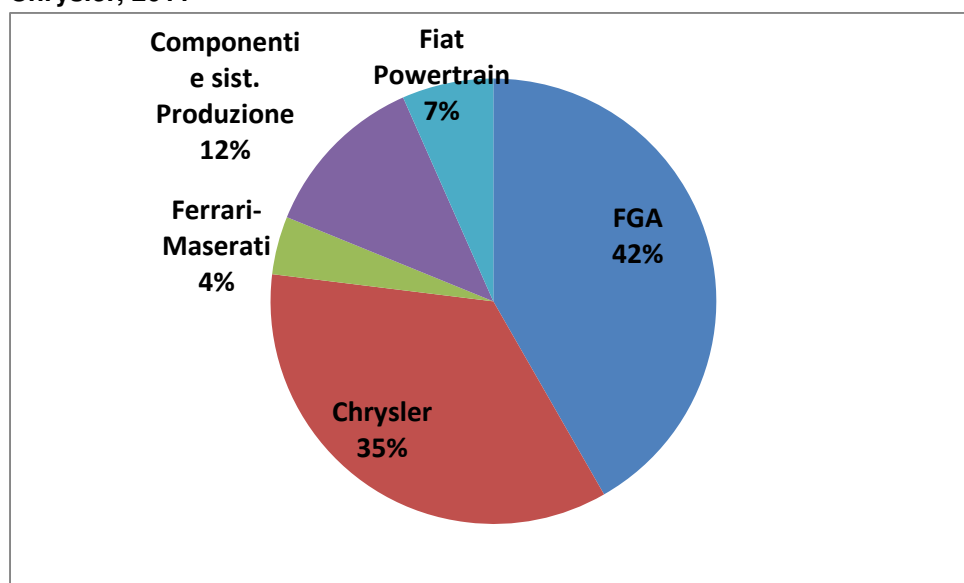
Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati ANFIA

2.2 Il principale produttore italiano: il Gruppo Fiat fra internazionalizzazione e frenata produttiva in Europa

Nel 2011 il Gruppo Fiat, che per il primo anno consolida il Gruppo Chrysler nel suo bilancio, ha avuto un fatturato pari a 59,5 miliardi di euro⁴. L'utile della gestione ordinaria è stato pari a 2,4 miliardi di euro e quello netto pari a 1,65 miliardi. L'indebitamento netto industriale dell'insieme del Gruppo ammonta a 5,5 miliardi di euro.

Se escludiamo il contributo di Chrysler, il fatturato del gruppo è cresciuto del 4,1% da 35,8 a 37,3 miliardi, l'utile della gestione ordinaria passa 1,1 miliardi del 2010 agli 1,04 miliardi del 2011 (-5,8%), mentre l'utile di esercizio è più che quadruplicato, dai 222milioni del 2010 al miliardo del 2011.

Figura 2.5 Scomposizione dei ricavi per settore di attività (o raggruppamento) del Gruppo Fiat-Chrysler, 2011



Fonte: Gruppo Fiat

Scomponendo i ricavi per settore di attività o raggruppamento, notiamo come il settore dell'auto che fa capo a FGA (Fiat Group Automobiles) sia responsabile del 42% del totale degli introiti, sette punti percentuali più del Gruppo Chrysler, anche se il fatturato assoluto di FGA è rimasto pressoché stabile fra il 2010 ed il 2011, così come quello del marchio Maserati. Ad eccezione di Chrysler, l'unico marchio automobilistico del Gruppo che vanta una crescita significativa del fatturato è quello Ferrari: +17,3% nel 2011

⁴Tutti i risultati esposti in questo paragrafo sono presi dal bilancio del Gruppo Fiat, quando non diversamente specificato.

rispetto al 2010. Bene è andata a Fiat Powertrain, che vale il 7% del fatturato totale del gruppo e ha incrementato i propri ricavi del 5,7%. Infine vi sono le attività legate ai componenti per gli autoveicoli e sistemi di produzione, il cui fatturato è cresciuto globalmente del 14,6%.

Osservando la scomposizione dell'utile operativo del Gruppo si possono fare altre considerazioni. FGA vanta un utile operativo pari a più di 1,8 miliardi, più che triplicato in un anno, che corrisponde al 56% del totale del Gruppo. Chrysler vale un altro 36%. Vi sono poi Ferrari e Maserati che valgono il 10%. Guardando ai componenti e sistemi di produzione ci rendiamo conto che, mentre Fiat Powertrain e Magneti Marelli, seppur con una dinamica negativa rispetto al valore dell'anno precedente, forniscono un contributo positivo all'utile di gruppo, la Teksid e la Comau accusano delle perdite operative.

Tabella 2.2 Utile (perdita) operativa del Gruppo Fiat, composta per settore di attività o raggruppamento. Confronto 2011 con 2010 (dati in milioni di euro)

Utile (perdita) di esercizio, in milioni di euro	2011	2010
Fiat Group Automobiles	1.876	515
Chrysler	1.200	-
Maserati	40	24
Ferrari	318	302
Componenti (magneti Marelli)	27	73
Fiat Powertrain	134	172
Prodotti Metallurgici (Teksid)	(2)	17
Mezzi e Sistemi di Produzione (Comau)	(120)	(6)
Altre Attività ed Elisioni	(137)	(105)
Totale del Gruppo Fiat	3.336	992

Fonte: Gruppo Fiat

Concentrandoci sul ramo auto, e più precisamente sulle vendite dello stesso, notiamo come Fiat e Chrysler assieme nel 2011 abbiano venduto poco più di quattro milioni di autoveicoli. Il contributo è stato pressoché identico (2,03 milioni fra veicoli commerciali leggeri e autovetture per Fiat e 2,01 milioni per Chrysler), ma con dinamiche opposte. Chrysler ha fatto segnare una crescita (in termini di unità consegnate) del 26%, grazie al mercato americano (+26%) e al resto del mondo. Al contrario Fiat registra un calo delle immatricolazioni complessive del 2,4%, con un contributo positivo dei veicoli commerciali leggeri.

Rispetto alle aree geografiche presidiate vi sono ampi complementarietà fra i due aggregati: per Chrysler i soli Stati Uniti valgono il 72% delle vendite. La quota di mercato del gruppo in una piazza in crescita, è passata da poco più del 9% nel 2010 all'11,2% del primo trimestre del 2012. In Canada è salita dal 13,7 al 15%.

I buoni risultati sul mercato nordamericano hanno contribuito al ritorno all'attivo del Gruppo Chrysler, per la prima volta dal 1997, con profitti netti pari a 183 milioni di dollari rispetto alle perdite per 652 milioni nel 2010.

Dal canto suo FGA ha sofferto soprattutto sul mercato europeo (che vale circa il 50% del totale delle vendite), registrando una diminuzione delle consegne pari al 10,7%. In Italia ed in Europa gli ultimi anni sono stati caratterizzati da una progressiva perdita di quote di mercato. Dopo i buoni risultati del 2009, che avevano portato il gruppo ad una quota del 32,6% in Italia e del 9,2% in Europa, la quota nazionale si è erosa arrivando al 29,5% dei primi sei mesi del 2012, contribuendo alla diminuzione di quella europea, che è ora del 6,7%.

In Brasile la quota per auto e veicoli industriali leggeri e commerciali è in crescita: nel primo quadrimestre del 2012 è stata del 22,7% (comprendendo anche Chrysler). Un'altra dinamica positiva si registra in un altro mercato in crescita come l'Argentina, dove la quota del Gruppo è passata dal 10,6% del 2009 all'attuale 12,1%.

Fiat ha poi consolidato uno dei suoi punti di forza nella produzione e commercializzazione dei veicoli commerciali leggeri (420mila consegne in tutto il Mondo con una crescita del 7,2%), grazie alla quale riesce a intercettare più del 42% delle vendite totali del mercato italiano e più del 11% di quelle europee.

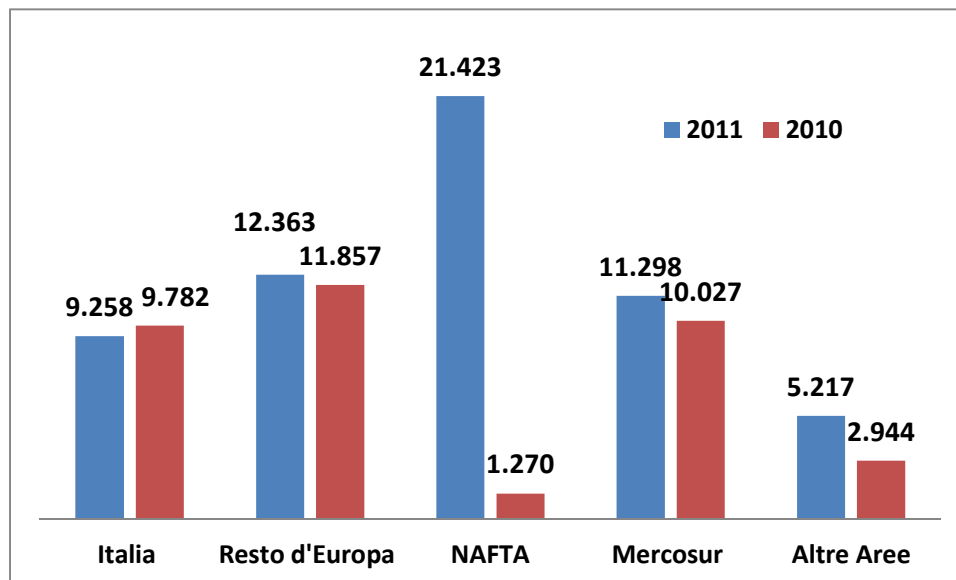
Resta da accrescere la presenza nel resto del Mondo. Chrysler, con oltre 320mila consegne che valgono il 16% del totale, è in crescita, ma anche le sue posizioni sono da rafforzare. La quota di mercato del Gruppo Fiat in India equivale allo 0,7% del mercato totale, peggiorata rispetto all'1% degli ultimi 3 anni. L'intesa con Tata non si è rivelata portatrice dei vantaggi sperati. In Cina e Giappone la parte di mercato vantata dal gruppo torinese si ferma allo 0,3% del totale.

A pesare sui risultati commerciali (e finanziari) del Gruppo e sulla realizzazione dell'ambizioso piano industriale "Fabbrica Italia" è stato il venir meno di uno dei presupposti fondamentali: la ripresa del mercato europeo ai livelli pre-crisi.

Rispetto al mix dei prodotti, si è operato soprattutto integrando alla gamma europea i modelli americani, tanto da far crescere la loro quota di mercato, ma resta da

raggiungere la massa critica sperata: i marchi Jeep e Lancia-Chrysler assieme nel 2011 hanno venduto sul mercato comune europeo poco più di 120mila autoveicoli.

Figura 2.6 Scomposizione dei ricavi per area geografica del Gruppo Fiat-Chrysler, 2011 e 2010



Fonte: Gruppo Fiat

Appare dunque evidente come nei prossimi anni le sfide da vincere saranno numerose. In Europa è necessario che i segmenti minori (A e B) restino profittevoli, magari con il contributo di prodotti come la nuova 500 L, che si propone di aprire una breccia nei nuovi monovolumi familiari dalle dimensioni e prezzi contenuti, ma in grado di soddisfare il gusto e i bisogni di carico e versatilità dei clienti. Bisognerà poi proseguire sulla strada del riequilibrio del portafoglio vendite verso segmenti più alti. A questo dovrebbero pensare non solo le nuove proposte dalla Lancia, ma anche le nuove produzioni come i Suv Jeep e Alfa Romeo, nonché la nuova berlina della Maserati.

Vi sono poi le sfide tecnologiche da vincere, come ad esempio quella del green tech. Al contrario di molti altri produttori, il Gruppo Fiat fino ad ora ha preferito ritardare gli investimenti e le uscite commerciali di vetture ibride o elettriche. I risultati commerciali le stanno dando ragione: le vendite di modelli ibridi o elettrici non hanno ancora guadagnato quote di mercato significative, ed in ogni caso insufficienti a ripagare le Case degli investimenti fatti. La strategia scelta da Fiat ha il vantaggio di diminuire i costi di investimento e i rischi affrontati, a patto che ci si tenga aggiornati per recuperare in fretta il gap con gli altri Gruppi quando questo mercato diventerà profittevole.

Il gruppo torinese ha puntato a rafforzare la sua posizione di leadership mondiale nel campo delle motorizzazioni per gas-metano o nel downsizing dei propulsori.

L'eccellenza in queste produzioni vale al gruppo Fiat, per il quarto anno consecutivo, il primato nella speciale classifica JATO, che misura il livello di emissioni di CO2 medie per brand delle vetture vendute in Europa.

Rispetto al futuro le aspettative sono prudenti. Per il 2012 si attendono ricavi superiori a 77 miliardi di euro (sono stati pari a 20,2 miliardi nel primo trimestre), un utile della gestione ordinaria compreso tra i 3,8 e 4,5 miliardi di euro, un indebitamento netto industriale tra 5,5 e 6 miliardi di euro.

In questo contesto internazionale sfidante, per raggiungere gli obiettivi del piano industriale Fiat, al pari della quasi totalità dei gruppi mondiali, si trova nella necessità di allargare lo spettro delle proprie alleanze, specie dopo l'intesa fra GM e PSA. Dopo l'operazione con Chrysler sembra ora che le concentrazioni siano rivolte a Oriente, ma Suzuki è legata da intese con Volkswagen. Resta la Mazda alla quale si è offerto anche l'affitto di stabilimenti italiani.

2.3 La produzione finale di autoveicoli in Piemonte e nel resto d'Italia sta subendo un rallentamento in attesa di un recupero di produttività

L'andamento del mercato italiano ed europeo, e la parallela perdita di quote di mercato del Gruppo Fiat, pone un problema di sovracapacità produttiva o, detto in altro modo, un problema di sotto utilizzazione degli impianti italiani, che le previsioni del perdurare delle difficoltà dei mercati per tutto il 2012 e fino all'inizio del 2013 non aiutano a superare.

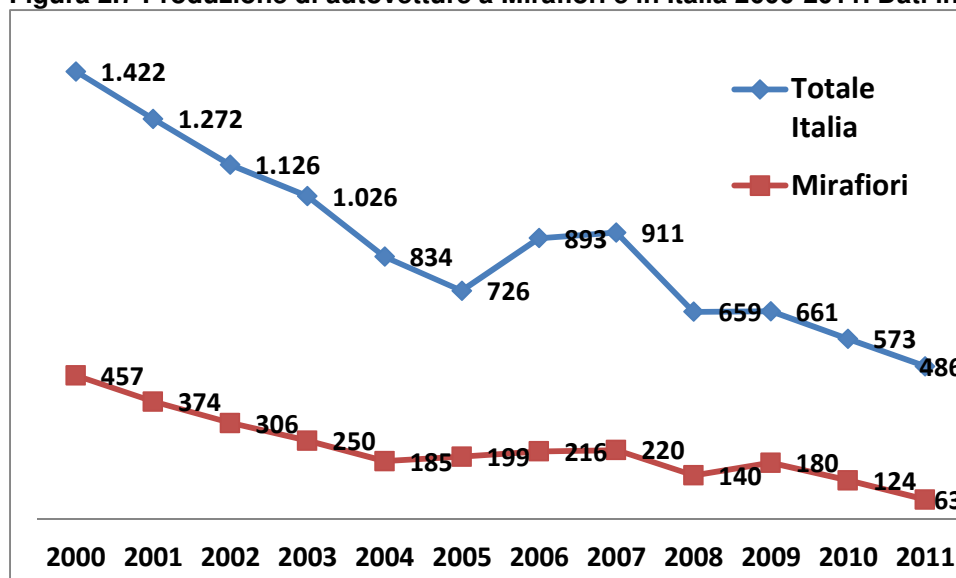
In virtù di questa situazione congiunturale Fiat, specie in Italia, è alle prese con difficili equilibri: da una parte la perdita di quote di mercato, dall'altra la necessità di investire in nuovi prodotti mantenendo i margini. Il gruppo torinese più di altri concorrenti ha creduto in una crisi lunga, riducendo costi e investimenti, ed i risultati finanziari gli hanno dato ragione, ma nel medio periodo rischia di pagare un prezzo sotto forma di difficoltà a riconquistare le quote di mercato pre-crisi e di indebolimento della filiera della fornitura nazionale, messa sotto pressione dalla diminuzione dei livelli produttivi.

Il rallentamento degli investimenti sta coinvolgendo anche lo stabilimento piemontese per eccellenza: Mirafiori, così come siti per i quali vi sono progetti futuri di riapertura (come lo stabilimento ex-Bertone a Grugliasco). Nell'area industriale torinese si produce l'Alfa Romeo Mito, lanciata sul mercato già da qualche anno e con vendite in calo, e c'è una coda produttiva che riguarda Idea e Musa, destinate e uscite di produzione con l'ingresso della 500L, assemblata in Serbia. Per il 2012 non sono in programma nuove

produzioni. Bisognerà aspettare i due Suv marchiati Alfa Romeo e Jeep che dovrebbero vedere la luce fra la fine del 2013 e l'inizio del 2014.

Allo stato attuale il criterio seguito è produrre negli stabilimenti italiani le architetture Fiat e Alfa Romeo, specie quelle comprese fra il segmento A e quello C (l'unica D, la Cromo, uscirà di produzione senza essere rimpiazzata), con Pomigliano specializzato sul segmento A (nuova Panda), Melfi su quello B (la Punto) e Cassino su quello C (Bravo, Delta e Giulietta). Mirafiori, dopo aver visto sfumare la specializzazione nei monovolume compatti e medi (Idea, Musa e Multipla), dovrà sperare nel successo dei Suv o in un cambio di vocazione verso altri segmenti. Con i veicoli commerciali leggeri presidiati dagli stabilimenti abruzzese e turco, rimangono il segmento C e D, dove sono in vista almeno una nuova vettura a marchio Fiat per il 2013 ed una Sedan a marchio Lancia (da esportare anche in America). Infine c'è la nuova Mito 5 porte prevista per il 2013, ma per la logica delle economie di scala e della gestione efficiente della catena di fornitura avrebbe senso che la nuova versione della Mito fosse prodotta a Melfi. A Mirafiori si trattiene dunque il fiato con qualche incertezza sui livelli produttivi futuri, a meno di una riorganizzazione massiva delle produzioni in Italia, che avvantaggi l'impianto posto accanto agli enti centrali del Gruppo.

Figura 2.7 Produzione di autovetture a Mirafiori e in Italia 2000-2011. Dati in migliaia di unità



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati Anfia, Fiom, Fim, Automotive News

Come analizzato nel I capitolo del presente rapporto, una delle soluzioni per aumentare l'utilizzo degli impianti è allora quella di esportare i prodotti, di guadagnare quote sui mercati esteri, ad esempio negli Stati Uniti, piazza che rappresenterebbe l'approdo

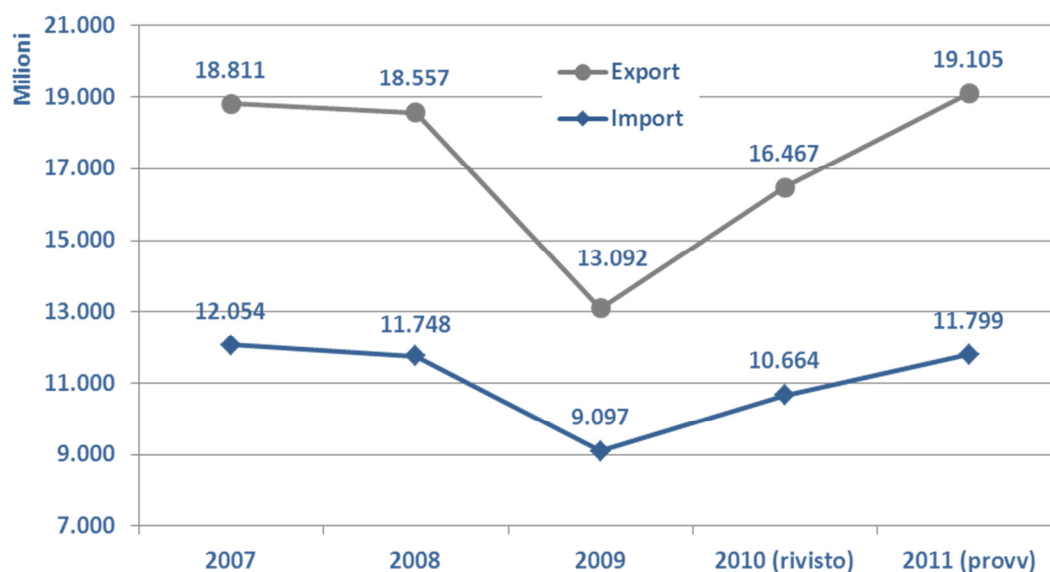
ideale per reddito, dimensioni e capillarità delle rete distributiva del Gruppo Chrysler. L'operazione però non è così semplice, specie per autovetture di piccola-media cilindrata che rischiano di non garantire sufficienti margini per rendere affrontabili i costi logistici. Si ritiene che la soglia di prezzo per la profittabilità delle esportazioni negli Stati Uniti dall'Europa sia compresa fra i 25mila ed i 30mila euro. Non è un caso se le 500 vendite in America sono prodotte in Messico.

2.4 Le esportazioni italiane di componenti e parti per auto valgono più 19 miliardi, quelle piemontesi 7,5

Aspettando che le esportazioni di autoveicoli assemblati in Italia crescano, svolgiamo l'analisi al comparto che da più di dieci anni riesce in questa impresa: quello delle componenti e delle parti per autoveicoli.

Anche nel 2012 l'universo dei fornitori italiani non si è limitato a difendere livelli occupazionali e produttivi, ma ha sviluppato nuove strategie, conoscenze e peculiarità importanti. La tenuta, ed in certi casi la crescita, hanno fatto leva su tutte le fonti di ricavi possibili, la prima delle quali (per importanza) è stata la domanda proveniente dai mercati esteri. Per comprendere l'importanza di quest'ultima, basta osservare la figura 2.8, che mostra il livello dei ricavi ottenuti grazie a commesse estere. Nel 2011, nonostante la crisi dei mercati ed il rallentamento della ripresa della produzione auto in Europa, le esportazioni di componenti italiane verso l'estero hanno raggiunto i 19,1 miliardi di euro, riuscendo a superare il livello pre-crisi di 18,8miliardi.

Figura 2.8 Andamento delle esportazioni e delle importazioni italiane di parti e componenti per autoveicoli



Fonte: elaborazioni ANFIA su dati ISTAT

Le esportazioni piemontesi di parti e componenti, calcolate grazie alle rilevazioni ISTAT (CL 293, nel 2011 hanno raggiunto i 4,45 miliardi di euro, con una crescita del 4,8% costante dal 2009, che ha permesso alla regione di recuperare il 91,3% rispetto al livello record del 2008 (4,87 miliardi).

Osservando i primi dieci mercati piemontesi si nota come appartengano tutti al bacino di produzione europea, compresi Russia e Turchia, salvo il Brasile. Sei di questi nove appartengono poi all'Europa Occidentale e valgono ancora il 50% circa delle esportazioni piemontesi, con delle variazioni degli ultimi anni che sono dipese più dalle fortune delle rispettive industrie piuttosto che da decise sterzate commerciali della regione verso nuovi lidi. Si coglie altresì l'importanza di stati dove sono presenti importanti stabilimenti produttivi del Gruppo Fiat (Polonia, Turchia, Brasile), ma al contempo i componentisti piemontesi sono presenti in piazze dove la Fiat ha piattaforme produttive minori o assenti. Il Brasile ha acquistato importanza al crescere della sua industria, ma resta da monitorare con attenzione nei prossimi anni in virtù del calo del 17,7% registrato lo scorso anno e che è stato ben maggiore rispetto al rallentamento della sua industria (+0,2% nel 2011 rispetto al 2010). Le dinamiche positive maggiori nell'ultimo anno sono venute dall'America settentrionale, che ha quasi raddoppiato la domanda, portandola a 86 milioni di euro, pari a circa il 2% del totale dell'export regionale. In altre industrie geograficamente più lontane il compito rimane più difficile: in India le esportazioni sono diminuite del 62% dal 2008 ad oggi e ammontano a 33 milioni, ed anche in Cina (con 26 milioni di export) l'andamento segue pressoché quello delle esportazioni piemontesi totali. Negli ultimi anni i componentisti piemontesi sono riusciti a intercettare commesse in alcune piattaforme produttive in crescita in Europa centrale come la Repubblica Ceca (che vale 85 milioni ed è cresciuta nel 2011 del 9,5%), la Romania (+28% nel 2011 per 68 milioni di euro di export), la Slovacchia (+48,6% dal 2011 con 46,6 milioni di euro).

Tabella 2.3 Esportazioni piemontesi si parti e componenti per autoveicoli totali e per le principali destinazioni, in milioni di euro (codice ISTAT CL 293)⁵

	2000	2004	2008	2009	2010 ⁶	2011	Var % 11/10	Var % 11/08
Germania	543	600	765	494	599	685	14,4%	-10,5%
Francia	471	736	699	454	554	644	16,3%	-7,9%
Polonia	268	312	447	435	417	417	-0,1%	-7,0%
Spagna	367	425	560	270	329	410	24,7%	-26,8%
Turchia	208	240	382	354	496	358	-27,7%	-6,2%
Brasile	235	132	395	253	410	337	-17,7%	-14,6%
Regno Unito	218	239	279	205	244	292	19,8%	4,6%
Svezia	15	31	85	46	75	104	38,3%	21,2%
Russia	2	9	167	42	134	101	-24,6%	-39,5%
Belgio	47	84	77	49	65	85	31,1%	10,1%
Totale Mondo	2.957	3.597	4.665	3.379	4.252	4.454	4,8%	-4,5%

Fonte: elaborazioni Step Ricerche su dati ISTAT

⁵ La quantificazione delle esportazioni piemontesi qui esposta è sottostimata rispetto a quella nazionale, il motivo è che il codice Ateco CL293 ha il pregio di fornire la scomposizione regionale, ma il difetto di non permettere l'aggregazione delle componenti al pari dei codici NC8, concordati da Step Ricerche con l'ANFIA e usati da quest'ultima per calcolare un dato nazionale il più completo possibile.

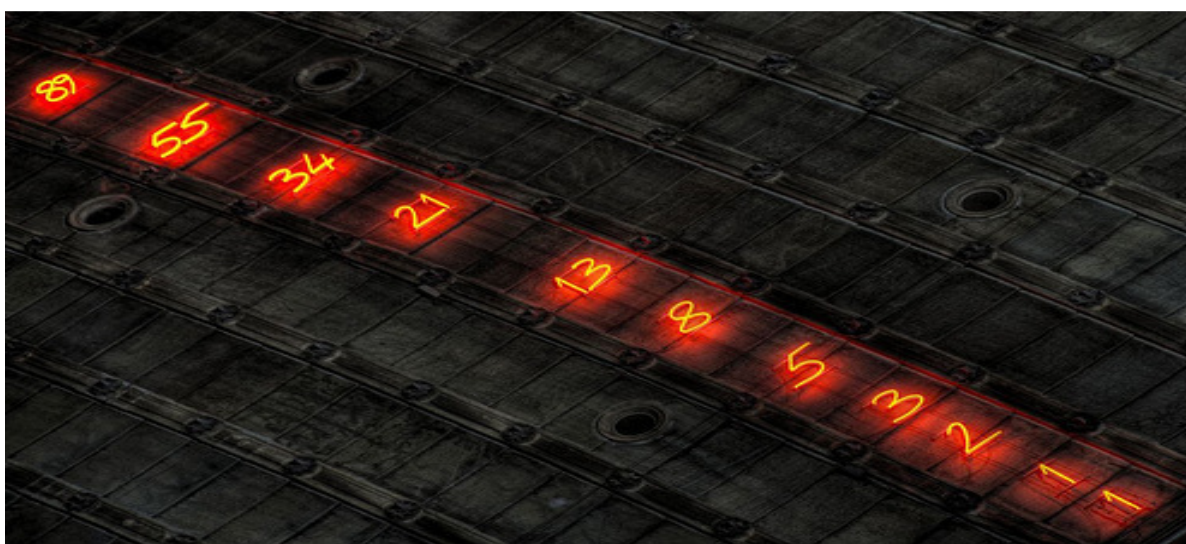
⁶ Il 2010 ha valori diversi rispetto al rapporto dello scorso anno perché è stato aggiornato dall'ISTAT e nuovamente estratto.

PARTE SECONDA: L'INDAGINE CONOSCITIVA SUL CAMPO

Analisi delle risposte di 272 aziende della filiera automotive al questionario dell'Osservatorio

CAPITOLO III

La filiera si è attrezzata per competere nel Mondo, ma aspetta la ripresa della produzione finale in Europa



I produttori italiani di componenti, servizi di ingegneria e design, parti e sistemi per auto, nel 2011 hanno fatturato 41,8 miliardi, il 3,5% in più del 2010, ma una quota che equivale all'87% del livello pre-crisi. In totale impiegano 179 mila addetti (-5,1% nei confronti dell'anno precedente).

A soffrire maggiormente del calo della produzione nazionale siano state (in Piemonte e nel resto d'Italia) le imprese che fabbricano moduli o sistemi per auto, che sono tradizionalmente più dipendenti dalla produzione di prossimità. Anche le società che forniscono servizi di ingegneria e design incontrano difficoltà legate al rallentamento della progettazione di nuovi prodotti o all'insourcing della stessa (il Piemonte va meglio grazie alla maggiore capacità di vendersi all'estero). Infine, si registra il successo di quei

produttori di componenti specifici o subfornitori che negli ultimi anni sono riusciti a vincere la concorrenza diversificando i propri mercati di sbocco.

Sono 898 le società di capitali attive nella filiera autoveicolare con sede in Piemonte. Nel 2011 queste hanno fatturato poco meno di 19 miliardi di euro (il 45,2% del dato nazionale), il 2,3% in più rispetto all'anno precedente. Nel 2011 hanno occupato più di 94 mila addetti (-4,3% rispetto al 2010).

Con una produzione finale nazionale complessivamente in flessione, i risultati positivi sono in gran parte dovuti alla capacità che le nostre imprese hanno di esportare. Il 77% delle imprese del campione nazionale (84% quelle del campione piemontese) è riuscito a esportare, tanto che l'incidenza dei ricavi provenienti da oltre confine sul fatturato totale di filiera è stata del 57% (47,2% per i piemontesi).

Parallelamente cala la dipendenza da Fiat: nel campione intervistato gli esportatori sono ormai più numerosi di coloro che forniscono il gruppo torinese, sia in Piemonte (dove l'84% delle imprese esporta e il 79% è fornitore, diretto o indiretto, del Gruppo Fiat) che nel resto d'Italia (il 70% esporta, il 55% fornisce Fiat).

Cresce l'importanza della diversificazione delle fonti di ricavi, come le produzioni per i veicoli commerciali, industriali e autobus (il 68,5% del campione nazionale è attivo in questo mercato; il 65,7% di quello piemontese) od il mercato del ricambio (più del 62% dei rispondenti produce per l'aftermarket), mentre il 28,4% del campione deve almeno un quarto del proprio fatturato a prodotti non legati al settore automotive.

L'aumento dei ricavi dati da altri settori avviene per due ordini di ragioni: la prima è data dal fatto che gli altri comparti produttivi accusano mediamente meno la crisi del settore auto; la seconda è che i partecipanti alla filiera autoveicolare sono generalmente imprese abituate alle sfide sui mercati (qualità, innovazione, prezzi) e si scoprono dunque più competitive della concorrenza che trovano in altri settori.

Va inoltre evidenziato il continuo arricchimento dei veicoli con nuovi contenuti (relativi alla sicurezza, all'infomobilità, all'intrattenimento, all'abbassamento degli agenti inquinanti, ...) che hanno favorito l'ingresso nella filiera di imprese provenienti da altri settori.

La crisi ha avuto ripercussioni non solo sui ricavi delle aziende, ma anche sull'utilizzo degli impianti e quindi sui livelli occupazionali necessari per lo svolgimento delle attività. Il 75% delle imprese piemontesi intervistate ha dichiarato che dal 2008 ad oggi ha fatto ricorso

(con diversa intensità) alla cassa integrazione guadagni (ordinaria, straordinaria e in deroga). Nel resto d'Italia, lo stesso dato si attesta sul 51%.

Un'altra conseguenza della fase di difficoltà sui mercati è la spinta al ricambio della base produttiva. L'Osservatorio ha svolto una revisione delle imprese contenute nel database, registrato la cessazione dell'attività di 299 imprese. Queste imprese, ancora nel 2007, avevano un fatturato pari a due miliardi di euro. È interessante notare come non esista alcuna correlazione fra i mestieri o le specializzazioni produttive e l'appartenenza a questo gruppo, segno che non ci sono mestieri che sono risultati più penalizzanti di altri. Le ragioni della cessazione dell'attività sono quindi da ricercarsi prevalentemente nell'impossibilità di gestire al meglio le leve competitive: diversificazione produttiva e dei mercati di sbocco, innovazione e collaborazioni. In valori relativi osserviamo poi che le società a responsabilità limitata sono in numero maggiore rispetto alle società di capitali, come se fosse preferibile una maggiore strutturazione organizzativa. Analizzando l'appartenenza geografica delle cessate, notiamo come le piemontesi (il 29% delle 299) siano leggermente inferiori alla media.

L'indagine rileva 22 stabilimenti aperti all'estero dal campione dal 2010 ad oggi (10 dei quali da imprese piemontesi). Le aperture avvengono generalmente là dove si sta spostando la frontiera della produzione (Centro-est Europa, Turchia, India e Cina) o dove la testa di filiera nazionale concentra i suoi investimenti (NAFTA e Brasile). Per la prima volta però, quest'anno rileviamo un certo numero di chiusure non solo in piazze mature dove la produzione sta flettendo (Gran Bretagna e Francia), ma anche in luoghi di industrializzazione crescente come quelle nel centro Europa. Non è ancora un dato statisticamente consolidato, ma rappresenta un segnale a cui prestare attenzione: la concorrenza sta crescendo anche nei mercati in espansione, dove il successo non è scontato.

Il 73% delle imprese (il 74,5% delle piemontesi) dichiara come maggiore leva competitiva la qualità del proprio prodotto o servizio. Un'impresa su cinque è poi in grado di vincere la concorrenza grazie alla capacità di rispondere ai picchi produttivi o alle modifiche volute dal cliente. Il livello di coloro che fanno leva sul prezzo (21,3%) è ancora basso, ma in crescita rispetto allo scorso anno (quando era stato del 12,6%). Vi è poi la conferma di un dato già emerso lo scorso anno, che segna un cambiamento di rotta rispetto al passato: la volontà di uscire dai confini societari, collaborando a progetti comuni. I progetti con le

altre imprese non coinvolgono solamente la sfera commerciale, ma anche gli investimenti in R&S e quelli produttivi.

Gli investimenti in R&S sono una leva sempre più strategica: il 41% delle imprese piemontesi (il 40,3% nel resto d'Italia) dedica a quest'attività più del 2% del proprio fatturato. Su cento euro di ricavi, 3,5 sono dedicati ad investimenti in ricerca e sviluppo (in Piemonte 3,54). In questo campo cresce l'interesse per i fondi pubblici e si consolida l'attenzione per il mondo universitario (il 18% del campione ha progetti attivi con esso).

Dopo un anno in cui le nostre imprese sono riuscite, nonostante le difficoltà, a chiudere almeno globalmente con fatturati in crescita, il 2012 si preannuncia come un altro anno difficile. Il 68,5% dei rispondenti segnala che nei primi tre mesi del 2012 il portafoglio ordini provenienti dall'Italia è diminuito, anche in modo significativo (per la metà di questi si parla di una flessione superiore al 10%), a fronte di un 31,5% che può vantare commesse in crescita. Ancora una volta i mercati esteri si rivelano più promettenti: il campione è sostanzialmente diviso in due, fra coloro che perdono commesse (il 52,6%) e coloro che continuano a guadagnarle rispetto al 2011 (il 47,4%).

Per far fronte alle difficoltà bisognerà continuare ad agire, sempre più efficacemente, sulla leva dell'innovazione e della diversificazione produttiva e commerciale alla ricerca di nuovi mercati. Uno di questi filoni è senza dubbio quello delle tecnologie verdi.

Il 46% delle piemontesi e il 43% nel resto d'Italia ha ultimamente promosso progetti e investimenti in questo settore, in particolar modo nelle nuove motorizzazioni ibride o elettriche (il 15,4% del campione), nell'ideare e commercializzare componenti più efficienti (il 13% del campione) o materiali alternativi. Su quest'ultimo punto, il Piemonte vanta una specializzazione, con il 26% del campione regionale impegnato su questo fronte, contro il 13% del resto d'Italia.

Un fattore positivo è poi costituito dalle 49 nuove imprese che nonostante la congiuntura non favorevole sono nate nel 2011, rappresentando un fattore di rinnovamento del settore e un elemento di crescita futura. Queste sono in prevalenza organizzate come società a responsabilità limitata (solo il 4% è una spa), una su quattro ha sede in Piemonte e più della metà di esse (il 55%) partecipa alla filiera automotive, ma è specializzata nella lavorazione dei metalli, nella fabbricazione di macchinari, nel comparto chimico-plastico, nella fabbricazione di apparecchiature elettriche, nell'elettronica e nella fornitura di servizi ingegneristici.

3.1 La metodologia di campionamento e l'aggiornamento del database che costituisce l'universo di riferimento

Come ogni anno, prima di dare conto dei risultati dell'indagine, descriviamo il lavoro compiuto dal gruppo di ricercatori per la formazione e l'aggiornamento dell'universo indagato e del campione intervistato, nonché le ipotesi effettuate per la realizzazione delle stime sui fatturati e sull'occupazione della filiera.

3.1.1 La filiera autoveicolare: un bacino di 2.800 imprese completamente rivisto e aggiornato

L'aggiornamento del database dell'Osservatorio è una fase cruciale effettuata a monte dell'indagine, poiché delimita i confini dell'universo che si andrà a campionare e dunque ad analizzare. Dopo circa dieci anni di vita del database dell'Osservatorio, i ricercatori hanno ritenuto opportuno operare una revisione completa per aggiornarlo non solo tramite le normali operazioni annuali, ma anche per verificare inserimenti e cessazioni degli ultimi anni e tenere conto dei cambiamenti che la filiera ha subito.

L'obiettivo ultimo è stato quello di ottenere un universo di imprese che comprendesse la maggior parte delle aziende operanti all'interno della filiera autoveicolare in Italia: dai fornitori di parti semplici, fino agli stabilimenti di assemblaggio⁷. Sono state prese in considerazione solo le imprese che producono beni o servizi in Italia, ed escluse quelle che svolgono esclusivamente attività commerciali come la vendita, il noleggio o la riparazione.

Tabella 3.1 Principali codici Ateco compresi dall'Osservatorio sulla filiera automotive italiana per l'aggiornamento del database.

Codice Ateco 2007	Descrizione
20	Fabbricazione di prodotti chimici
21	Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici
22	Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche
23	Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi
24	Metallurgia
25	Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)
26	Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi

⁷ Sono esclusi i grandi assemblatori finali (gruppo Fiat, Psa, Piaggio ecc.) ma incluse le carrozzerie e le produzioni (anche di assemblaggio) di nicchia.

Codice Ateco 2007	Descrizione
27	Fabbricazione di apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche
28	Fabbricazione di macchinari e apparecchiature NCA
29	Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi
30	Fabbricazione di altri mezzi di trasporto
33	Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine e apparecchiature
71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche
72	Ricerca scientifica e sviluppo
74	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche

Una delle fonti di aggiornamento del data base è costituita dai registri camerali, messi a disposizione dalla Camera di Commercio di Torino, comprendenti l'elenco delle imprese che nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2011 e il 31 gennaio 2012 risultavano "cessate" (e "con procedure") o "nuove iscritte" in Italia.

Imprese cessate: 299 negli ultimi 3 anni, che nel 2007 valevano ancora 2miliardi di euro.

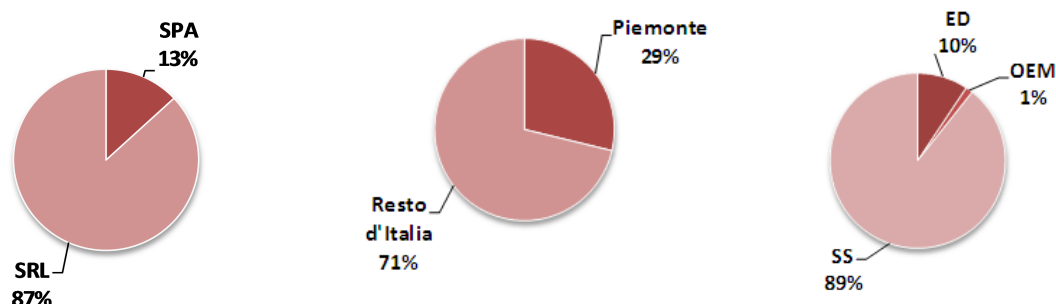
Contestualmente con la revisione del data base è stata svolta un'analisi per individuare le imprese dai registri camerali, dichiarazioni e interviste, che fossero cessate o in liquidazione negli ultimi tre anni (dal 2009), lasciando in sospeso quelle con procedure non ancora concluse.

La "pulizia" del database è stata poi completata con l'analisi di tutte quelle aziende che, nel corso delle interviste effettuate, hanno dichiarato di non operare all'interno della filiera automotive. A queste imprese è stata assegnata l'etichetta "fuori target", rimuovendole dall'universo analizzato previa verifica su ragione e oggetto sociale, codici Ateco, elenchi, banche dati e informazioni online.

In totale sono state individuate 299 aziende cessate. Queste ultime, ancora nel 2007, avevano un fatturato pari a due miliardi di euro. È interessante notare come non esista alcuna correlazione fra i mestieri intrapresi o le specializzazioni produttive vantate e l'appartenenza a questo gruppo, segno che non ci sono mestieri che sono risultati più penalizzanti di altri, ma che le ragioni della cessazione dell'attività sono da ricercarsi prevalentemente nell'incapacità di gestire al meglio le leve competitive come: la diversificazione produttiva e i mercati di sbocco, l'innovazione e le collaborazioni (equity e non). In valori relativi osserviamo che le società a responsabilità limitata sono in numero maggiore rispetto alle società di capitali, come ad indicare che sia preferibile una maggiore strutturazione organizzativa.

Se infine analizziamo l'appartenenza geografica delle cessate, notiamo come le piemontesi (il 29% delle 299) siano numericamente inferiori alla media.

Figura 3.1 Le imprese cessate dal 2008 ad oggi. Alcune caratteristiche.



Nuovi mestieri ed aperture: 49 nuove imprese nel 2011.

La seconda direzione verso la quale i ricercatori hanno operato è stata quella di includere tutte quelle imprese che sono nate negli ultimi anni o che, pur operando nella filiera, non appartengono ufficialmente a categorie merceologiche associate direttamente alla produzione di autoveicoli.

A fronte di imprese che chiudono, ve ne sono altre che aprono e si cimentano nel settore automotive. Solo nel 2011 il loro numero è stato pari a 49. Queste sono in prevalenza organizzate come società a responsabilità limitata (solo il 4% è una Spa), una su quattro ha sede in Piemonte e più della metà di esse (il 55%) partecipa alla filiera automotive, ma è specializzata nella lavorazione dei metalli, nella fabbricazione di macchinari, nel comparto chimico-plastico, nella fabbricazione di apparecchiature elettriche, nell'elettronica e nella fornitura di servizi ingegneristici.

Vi sono poi imprese che operano già da tempo sul mercato, ma che pur specializzate nella fornitura autoveicolare sono iscritte nei registri camerali sotto categorie non strettamente riconducibili al business automotive: pensiamo ad esempio a studi di architettura, di ricerca o di fabbricazione di prodotti chimici che tuttavia lavorano soprattutto per l'auto. Senza contare che il continuo arricchimento dei veicoli con nuovi contenuti (relativi alla sicurezza, all'infomobilità, all'intrattenimento, all'abbassamento degli agenti inquinanti, ...) ha favorito l'ingresso nella filiera di imprese provenienti da altri settori. Consci di questi fattori, ormai da qualche edizione (con particolare cura in quest'ultima) i responsabili dello studio hanno allargato l'osservazione dell'universo a quei settori merceologici che, pur avendo una denominazione non coincidente con il

settore della produzione di autoveicoli o loro componenti, avessero recentemente rivelato al loro interno la presenza di numerose realtà attive nella filiera automotive.

Il risultato di questi inserimenti è stato che, sul totale dell'universo osservato: il 49% delle imprese appartiene alla categoria "Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi"; il 23% alla "Fabbricazione di prodotti in metallo"; il 6,2% alla "Fabbricazione di macchinari e apparecchiature NCA". Vi sono poi i settori della plastica e gomma, della chimica, dell'elettronica, della metallurgia, degli studi di ingegneria e fabbricazione di altri mezzi di trasporto, che pesano fra il 4,8 ed lo 0,9%. Infine sono stati inclusi attori provenienti dal mondo della ricerca, da quello della "Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi" e delle nuove componenti come le batterie.

Infine si è rivolta un'attenzione particolare a quelle realtà attive nel Centro-Sud Italia, e precisamente in Abruzzo, in Basilicata ed in Campania, dove si concentra gran parte della produzione finale di autoveicoli.

Il risultato di tutte queste operazioni è stato l'inserimento di 265 imprese (nuove o già operanti sul mercato) ad integrazione del data base automotive. Rispetto alla scorsa edizione vi è stato dunque un incremento della numerosità dei soggetti appartenenti all'universo indagato pari al +4,8%, 2.822 contro 2.692 dell'edizione 2011.

Tabella 3.2 Database dell'Osservatorio sulla filiera automotive (aggiornato a giugno 2012).

Formazione del database 2012	
Universo 2011	2.692
<i>cessate da registri camerali</i>	-45
<i>segnalate cessate da interviste</i>	-30
<i>fuori target</i>	-60
nuove aggiunte*	265
Universo 2012	2.822
<i>Universo con dati di bilancio 2010</i>	2.489

* di cui 216 nuovi inserimenti e 49 nuove iscritte

Ad ognuna di queste imprese, che compongono il nostro universo statistico, sono associati i dati raccolti nel tempo grazie alle precedenti indagini e ai bilanci degli esercizi passati.

L'universo è popolato da 2.822 società, di cui l'81% sono società a responsabilità limitata e il restante 19% sono società per azioni. Si tratta di una composizione del tutto simile a quella del 2010, quando su 2.692 imprese le società per azioni erano il 18%.

Il database privilegia le società di capitali, in quanto è possibile associare i dati dei bilanci depositati ai dati raccolti con le interviste, in modo da misurare con precisione le dimensioni della filiera. Tuttavia nel database sono incluse anche società di persone rilevanti: ad esempio soggetti facenti parte di alcune filiere a cui si dedicano degli approfondimenti specifici (quest'anno sarà dedicato un focus alla filiera abruzzese), soggetti appartenenti a FCTC (From Concept To Car) o iscritti ad associazioni di categoria. Si tratta comunque di eccezioni (sono meno di 20 su 2.822 società monitorate) che servono per monitorare comparti o cluster di nicchia.

Tabella 3.3 Scomposizione dell'universo per forma giuridica e territorio.

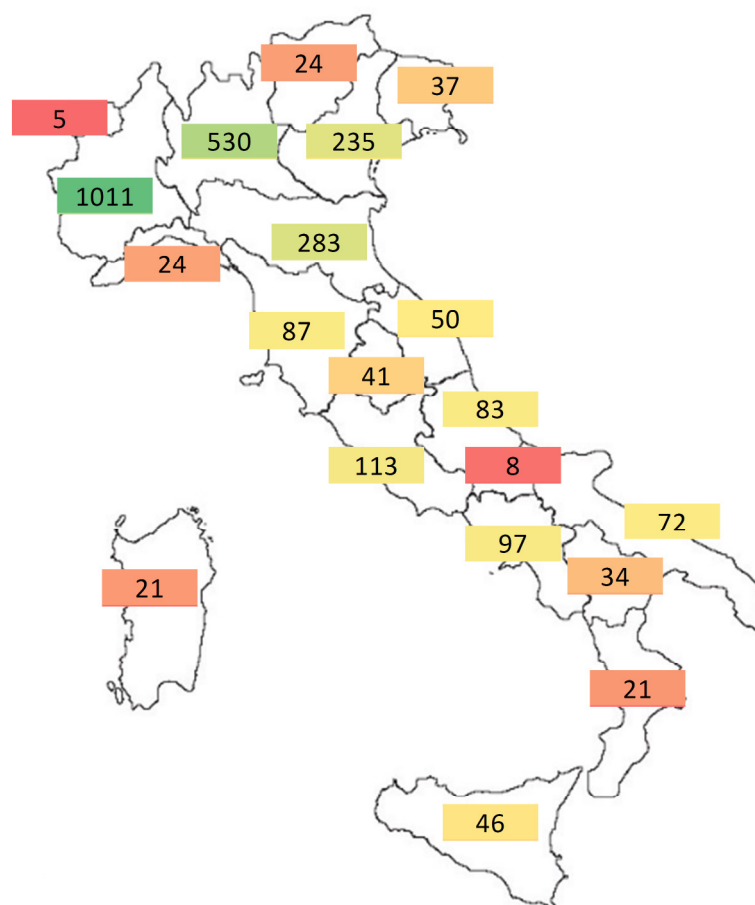
Forma giuridica (universo 2012)	Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%
SpA	249	24,7%	276	15,2%	525	18,6%
Srl	754	74,7%	1.524	84,1%	2.278	80,7%
ALTRO	7	0,7%	12	0,7%	19	0,7%
Totale complessivo	1.010		1.812		2.822	

Tabella 3.4 Scomposizione del campione per forma giuridica e territorio.

Forma giuridica (campione 2012)	Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%
SpA	53	36,3%	32	25,40%	85	31,3%
Srl	89	61,0%	92	73,02%	181	66,5%
Altro	4	2,7%	2	1,59%	6	2,2%
Totale complessivo	146		126		272	

Nella figura che segue abbiamo voluto riportare la distribuzione regionale delle imprese della filiera. La maggior parte delle imprese censite dall'Osservatorio ha sede legale nel Nord Italia e più in particolare in Piemonte.

Figura 3.2 Distribuzione regionale delle imprese del database per sede legale, 2012⁸.



3.1.2 Gli “spicchi dell’arancia”: i mestieri che caratterizzano la filiera

L’Osservatorio della filiera analizza il cluster nazionale non solo come corpo unico ma trasformato in un’“arancia” composta da diversi “spicchi”: fornitori di moduli e sistemi (OEM, costituito soprattutto da grandi imprese multinazionali italiane ed estere), engineering and design (E&D), specialisti (produttori di parti e componenti con un contenuto di innovazione e specificità tale da costituire un vantaggio competitivo) e subfornitori (parti e componenti più semplici, facilmente replicabili dalla concorrenza). Le ultime due categorie vengono comprese nell’acronimo SS.

A ogni impresa del database viene assegnata un’etichetta (OEM, E&D, SS) che permette di classificare l’universo e campionarlo secondo tre parametri (territorio di appartenenza, forma giuridica e sottosettore di attività), in modo da comporre un campione rappresentativo della filiera. Nel corso delle interviste, viene poi verificata

⁸ La scomposizione delle imprese per sede legale è stata attuata per il database composto da tutte le 2.822 società.

l'esattezza dell'etichetta assegnata, proponendo al responsabile dell'impresa una serie di mestieri corrispondenti ai diversi sottocluster, come mostrano le tabelle sottostanti. Se il rispondente dichiara di appartenere a un cluster diverso rispetto alle ipotesi di partenza è premura dei ricercatori svolgere un'ulteriore verifica per assegnare un'etichetta definitiva.

Tabella 3.5 I mestieri degli OEM.

Moduli elettronici integrati
Moduli in acciaio e alluminio
Moduli in materie plastiche
Sistemi di sicurezza attivi/passivi e controllo
Sistemi elettrici/elettronici
Sistemi fluidi/aria e comfort
Sistemi trasmissione/guida/frenata

Tabella 3.6 I mestieri degli E&D.

Studi di stile
Ingegneria e modellizzazione progettazione
Sviluppo piattaforme dedicate
Prototipizzazione
Produzione (autoveicoli, scocche, prototipi)
Validazione prodotto (testing e calcolo)
Logistica

Tabella 3.7 I mestieri degli SS (specialisti e subfornitori).

Attrezzature e stampi
Stampaggio
Fonderia
Alimentazione/scarico
Avviamento/accensione
Carrozzeria/abitacolo
Elettrici/elettronici
Illuminazione/segnalazione
Motore (base)
Sterzo/sospensione/frenata
Trasmissione
Assemblaggio

L'attribuzione delle etichette e il controllo sono svolti tramite diverse fonti: interviste pregresse, elenchi camerali o di altre associazioni di categoria (ad esempio Anfia), elenchi pubblicati su siti internet specifici (quali ad esempio www.subforservice.biz, fromconcepttocar.com), pagine web aziendali e così via.

In seguito alle interviste e alle relative verifiche, si ottiene un campione suddiviso nei 3 “spicchi” presentati sopra: fornitori di moduli e sistemi (OEM), engineering and design (E&D), specialisti e subfornitori (SS).

In particolare, specialisti e subfornitori vengono diversificati all’interno del campione grazie a un’auto-selezione che gli intervistati effettuano rispondendo a una specifica domanda sulla loro produzione, verificata dai ricercatori.

3.1.3 Alcune caratteristiche dell’universo indagato: le dimensioni medie delle imprese.

Prima di entrare nei dettagli dell’indagine condotta su un campione di imprese, con il commento delle evidenze emerse, pare necessario fornire le caratteristiche dimensionali dell’universo analizzato. Quest’ultimo si compone di 2.489 imprese, una su quattro di esse ha un fatturato che supera i 10 milioni di euro o impiega più di 50 dipendenti. Il resto dell’universo è composto da micro (fino a dieci dipendenti e due milioni di fatturato) o piccole imprese (fino a 50 dipendenti e 10 milioni di fatturato).

Tabella 3.8 Scomposizione delle imprese italiane e piemontesi per dimensione⁹.

<i>Dimensioni imprese (universo)</i>	Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>
Grande	80	8,9%	103	6,5%	183	7,4%
Media	212	23,6%	191	12,0%	403	16,2%
Piccola	329	36,6%	454	28,5%	783	31,5%
Micro	277	30,8%	843	53,0%	1120	45,0%
Totale imprese con fatturati 2011 (stima)	898		1.591		2.489	

Tabella 3.9 Scomposizione delle imprese piemontesi per dimensione e cluster di appartenenza¹⁰.

<i>Dimensione imprese (universo)</i>	E&D		OEM		SS		Piemonte	
	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>
Grande	9	7,0%	15	45,5%	56	7,6%	80	8,9%
Media	31	24,0%	7	21,2%	174	23,6%	212	23,6%
Piccola	41	31,8%	4	12,1%	284	38,6%	329	36,6%
Micro	48	37,2%	7	21,2%	222	30,2%	277	30,8%
Totale imprese con fatturati 2011 (stima)	129		33		736		898	

⁹ Anche quest’anno l’Osservatorio ha deciso di fornire dati dimensionali basati esclusivamente sulle informazioni relative alle 2.489 aziende di cui si è potuto stimare il fatturato 2011, riducendo al minimo le stime e le ipotesi.

¹⁰ Sono classificate come “piemontesi” le imprese che hanno sede legale in Piemonte.

La dimensione media si è ridotta con il comparire della crisi del 2008, in modo più marcato rispetto alla media della realtà manifatturiera italiana, ma inferiore a quelle osservabili in altri cluster automotive europei.

3.2 L'indagine sul campo: modalità e metodologie

3.2.1 L'indagine condotta online ha raccolto le dichiarazioni di un campione di 272 responsabili di impresa

La filiera, composta da 2.822 società, è stata oggetto di indagine grazie alle interviste a 272 responsabili di impresa che hanno accettato di rispondere al questionario reso disponibile online dalla Camera di Commercio di Torino.

Il questionario compendeva 25 domande che, oltre a registrare le principali caratteristiche anagrafiche e dimensionali, sono servite ad approfondire i risultati ottenuti nel 2011 e le loro principali determinanti. Quest'anno è stata data particolare importanza a domande sulle tecnologie verdi, sui fenomeni di aggregazione (equity e non) fra imprese, e sono stati inseriti quesiti che hanno permesso di misurare lo stato di salute della filiera, nonché le dinamiche intercorse da tre anni a questa parte, compreso il ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni.

Il Settore Studi della Camera di Commercio di Torino si è occupato della parte tecnica delle interviste (revisione del questionario, comunicazione e upload del questionario stesso), oltre a contribuire come ogni anno alla progettazione dell'indagine.

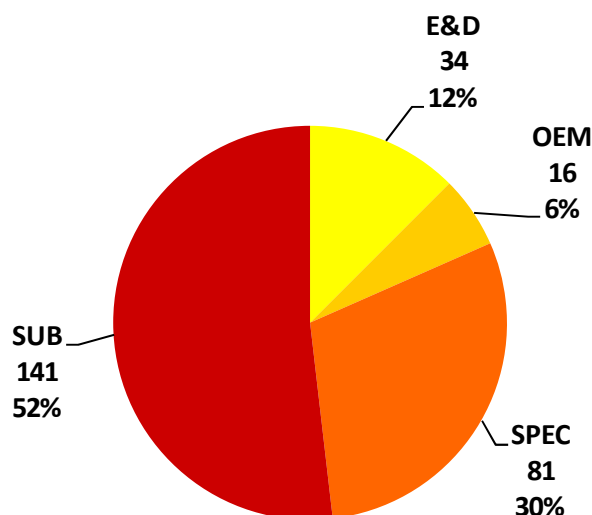
Tabella 3.10 Scomposizione del campione per cluster di attività e area geografica.

Area-Cluster	Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%
E&D	21	14,4%	13	10,5%	34	12,5%
OEM	8	5,5%	8	6,5%	16	5,9%
SPEC	40	27,4%	41	33,1%	81	29,8%
SUB	77	52,7%	64	51,6%	141	51,8%
Non rispondenti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Rispondenti	146	100,0%	124	100,0%	272	100,0%
Totale intervistati	146		124		272	

L'universo è stato campionato in base alla regione di appartenenza dell'impresa (sede legale), alla forma giuridica (Srl o SpA) e al mestiere (OEM, E&D, SS). I due cluster meno numerosi (E&D e OEM) sono stati sovra-rappresentati per ottenere stime il più accurate e significative possibile. Il campionamento ha privilegiato le imprese piemontesi, anche

per l'importanza che esse rivestono a livello nazionale: su 272 intervistate queste sono 146, pari al 53,7% del campione.

Figura 3.3 Scomposizione del campione in cluster di attività (2012).



La suddivisione della filiera della fornitura proposta (OEM, E&D, ...) è in parte riconducibile alla tradizionale classificazione della filiera automotive, che distingue tra fornitori di primo, secondo e terzo livello (tier I, II e III) a seconda della posizione occupata nella piramide della fornitura: comprende da coloro che sono specializzati nella lavorazione dalle materie prime, posizionati "a monte" della filiera, fino ai fornitori di primo livello - tier I - che si interfacciano direttamente con gli assemblatori finali "a valle". Tradizionalmente i modulist e sistemisti vendono i propri prodotti alla testa della filiera. A cavallo tra il primo e il secondo livello si collocano gli specialisti: circa la metà di essi rifornisce direttamente le case automobilistiche ed uno su tre modulist e sistemisti¹¹. Anche il segmento degli E&D è composto da imprese che per più della metà forniscono servizi direttamente alle case auto, oppure a fornitori di primo livello. Scendendo poi di uno o due scalini della piramide troviamo i subfornitori, che appartengono al secondo e terzo livello della piramide della fornitura.

¹¹ È possibile che il rispondente si collochi in più di uno scalino della piramide della fornitura, interfacciandosi per alcune produzioni o per alcuni clienti direttamente con l'assemblatore finale o con un livello inferiore della catena.

3.2.2 La metodologia di stima del fatturato: l'acquisizione dei dati effettivi dai bilanci 2010 e il confronto con le stime della scorsa edizione dell'Osservatorio

Come ogni anno, delle 2.822 imprese della filiera, abbiamo estratto il maggior numero possibile di bilanci¹² non consolidati dal database Aida¹³. Questo grazie al codice fiscale, associato ad ogni soggetto presente nel database e utilizzato come identificatore univoco. Quest'anno l'Osservatorio si è avvalso di un database con ben 2.489 bilanci non consolidati di imprese con sede in Italia: per tali società abbiamo potuto stimare i fatturati 2011, incrociando i dati di bilancio con le dichiarazioni degli intervistati.

Grazie alle interviste, i ricercatori hanno raccolto 221 dichiarazioni relative alla variazione (2011 su 2010) del fatturato e degli occupati (dipendenti e collaboratori). Partendo dal dato di fatturato 2010 dei 221 rispondenti, i ricercatori hanno ottenuto il fatturato 2011 applicando le variazioni percentuali dichiarate; dati di fatturato e variazioni sono poi stati raggruppati per sottocluster presenti nel campione: l'Osservatorio divide il dataset completo e il campione in 6 sottocluster a seconda che la sede legale sia in Piemonte o nel resto d'Italia e in base all'appartenenza agli "spicchi dell'arancia". Le medie campionarie ottenute per ognuno di questi sottocluster (OEM piemontesi, OEM del resto d'Italia, E&D piemontesi ecc.) sono state proiettate sull'universo delle imprese di cui si conoscono i dati di bilancio dell'anno precedente alle interviste. La stessa operazione è stata effettuata per l'occupazione, ottenendo il fatturato medio per addetto per sottocluster.

Per evitare di misurare solo l'esistente e quindi tenere conto anche delle imprese cessate (che in quanto tali non posso dichiarare la loro variazione di fatturato), viene poi calcolata l'incidenza che queste hanno sulla variazione del fatturato 2011 su 2010. I fatturati antecedenti (2009 e 2008, si veda nel seguito del capitolo) sono stati calcolati a ritroso sulla base dei dati di bilancio del nuovo universo 2012 e delle cessate.

Lo stesso metodo per il calcolo della variazione percentuale dei fatturati era stato impiegato l'anno scorso per proiettare le dichiarazioni del campione su 2.327 imprese di cui si conoscevano i bilanci. Dalle proiezioni delle variazioni medie per ogni sottocluster si era stimato un fatturato totale di filiera per il 2010 pari a 42,25 miliardi di euro, con una variazione del +11,1% rispetto al fatturato totale 2009. Nel corso della presente

¹² I dati estratti riguardano le macrovoci dello stato patrimoniale e del conto economico, oltre ad alcuni indici di bilancio e al numero di dipendenti, che Aida registra per le imprese che lo segnalano.

¹³ Aida è un database prodotto e commercializzato da Bureau VanDijk Electronic Publishing, che raccoglie i bilanci (consolidati e non) depositati dalle società di capitali con sede in Italia.

indagine sono stati acquisiti i dati di bilancio 2011, e conseguentemente sono stati ricalcolati i fatturati totali di filiera, comprendendo i nuovi soggetti inseriti: dopo l'acquisizione dei bilanci 2010, notiamo come la crescita complessiva sia stata del 9,4%, con uno scarto (rispetto a quanto stimato) di 1,7 punti percentuali.

Tabella 3.11 Verifica sulla validità delle stime effettuate dall'Osservatorio lo scorso anno.

	Variazione % 2009-2010	Errore commesso nella stima lo scorso anno
Variazione stimata nell'Osservatorio 2011	+11,1%	
Variazione effettiva registrata nei fatturati 2009-2010 delle imprese attive	+9,4%	-1,7 punti percentuali

3.3 Nel 2011 la filiera autoveicolare italiana è riuscita a incrementare i fatturati nonostante il difficile contesto nazionale e internazionale

3.3.1 Nel 2011 il fatturato totale della filiera è cresciuto del 3,5%

Come osservato nei capitoli precedenti, lo scenario congiunturale con il quale le imprese della fornitura si sono confrontate nel 2011 è stato caratterizzato da una flessione della produzione nazionale di autoveicoli (-5,7%, per un totale di 790mila unità assemblate). Il dato è stato in parte influenzato dal quarto anno consecutivo di calo della domanda di autovetture in Unione Europea (-1,6%) ed in particolare in Italia (-10,8% nel 2011 rispetto al 2010). Per contro la produzione nel continente europeo, dopo la ripresa del 2010 (+16,2%), nel 2011 è ancora cresciuta del 6,6% (per numero di unità prodotte). In particolare la produzione autoveicolare dell'Unione Europea a 15 è cresciuta del 3,5%, per un totale di 14,3 milioni di unità assemblate.

I risultati dell'indagine compiuta sulla filiera italiana mostrano una crescita dei fatturati 2011 del 3,5%, che permette alle 2.489 società di capitali osservate di registrare un totale dei ricavi pari a 41,8 miliardi di euro, impiegando 179 mila addetti (-5,1% rispetto all'anno precedente). Il Piemonte, a cui è dedicato il paragrafo conclusivo del presente capitolo, con 898 imprese appartenenti alla filiera, più di 94mila occupati e poco meno di 19miliardi fatturati nel 2011, si conferma la regione con la maggiore specializzazione nell'industria dell'auto.

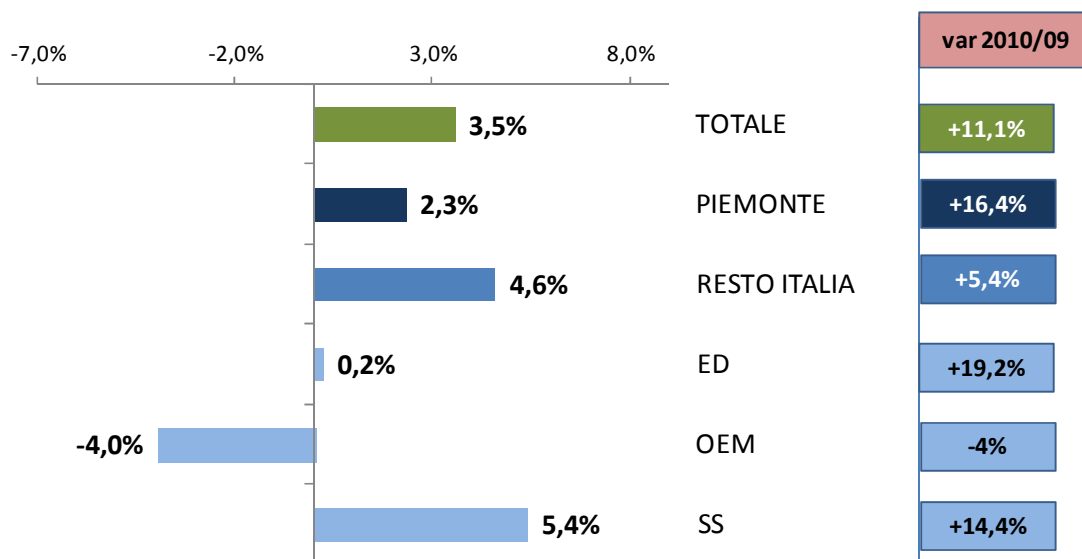
Tabella 3.12 Stima del fatturato 2011 e dei dipendenti della filiera automotive in Italia e in Piemonte. Variazione percentuale, 2011 su 2010.

ITALIA	Imprese	Dipendenti 2011	Dipendenti 2010	Var% Dipendenti 2011/10	Fatturato totale 2011	Fatturato totale 2010	Var% Fatturato 2011/10	Fatt. AUTO 2011
		<i>Stima</i>	<i>Stima</i>	<i>Stima</i>	<i>Stima in mld</i>	<i>Da bilanci in mld</i>	<i>Stima</i>	<i>Stima in mld</i>
TOTALI	2.489	179.101	187.102	-4,3%	€ 41,802	€ 40,369	+3,5 %	€ 35,488
Piemonte	898	94.303	99.357	-5,1%	€ 18,933	€ 18,504	+2,3%	€ 15,278
Resto d'Italia	1.591	84.798	87.745	-3,4%	€ 22,869	€ 21,865	+4,6%	€ 20,211
Engineering & design	247	14.132	14.608	-3,3%	€ 2,851	€ 2,845	+0,2 %	€ 2,793
Sistemisti e modulatori	58	25.322	26.816	-5,6%	€ 6,171	€ 6,425	-4,0 %	€ 5,748
Specialisti e subfornitori	2.184	139.647	145.678	-4,1%	€ 32,780	€ 31,099	+5,4%	€ 26,95

Scomponendo il risultato del campione per i sotto-comparti produttivi, si osserva come a soffrire maggiormente del calo della produzione nazionale siano state (sia in Piemonte, che nel resto d'Italia) le imprese che fabbricano moduli o sistemi per auto, che sono tradizionalmente più dipendenti dalla produzione di prossimità. Anche le società che forniscono servizi di ingegneria e design incontrano difficoltà legate al rallentamento della progettazione di nuovi prodotti o all'insourcing della stessa (il Piemonte va meglio grazie alla maggiore capacità di "vendersi" all'estero). Infine, si registra il successo di quei produttori di componenti specifici o subfornitori che negli ultimi anni sono riusciti a vincere la concorrenza diversificando i propri mercati di sbocco.

All'interno del dato aggregato si nascondono dunque diverse realtà e dinamiche differenti le une dalle altre. Il 62,9% dei rispondenti al questionario ha dichiarato di essere riuscito, anche nel 2011, ad accrescere il proprio fatturato. Al contrario il 31,7% ha registrato fatturati minori rispetto all'anno precedente. Il 5,4% è rimasto sostanzialmente stabile.

Figura 3.4 Variazione percentuale del fatturato totale 2011 rispetto al 2010 e confronto con la variazione registrata nel 2010 rispetto al 2009.



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

Tabella 3.13 Sintesi delle performance rispetto alla dinamica dei fatturati 2011 su 2010, e scomposizione per segmenti (“spicchi dell’arancia”)¹⁴, in percentuale dei rispondenti.

Crescita 2011/10	E&D		OEM		SPEC		SUB		Totale	
	impr.	%	impr.	%	impr.	%	impr.	%	impr.	%
Decresciute	10	33,3%	5	45,5%	20	29,9%	35	31,0%	70	31,7%
Stabili	2	6,7%	0	0,0%	4	6,0%	6	5,3%	12	5,4%
Cresciute	18	60,0%	6	54,5%	43	64,2%	72	63,7%	139	62,9%
Rispondenti		30		11		67		113		221

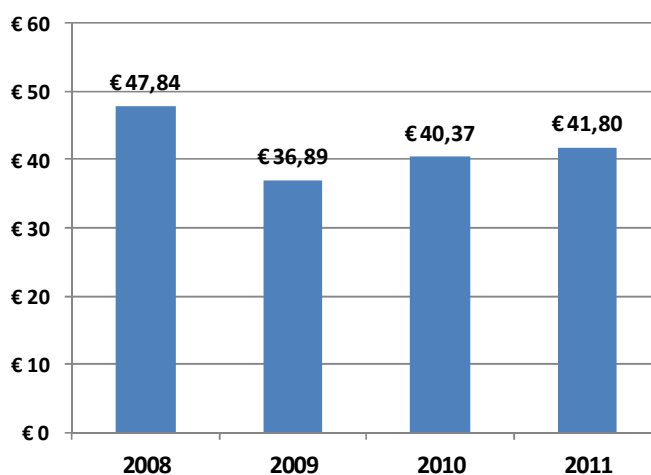
¹⁴ La tabella riposta la ripartizione dei rispondenti (221 in totale) alla specifica domanda sulla variazione del fatturato 2011 rispetto al 2010.

3.3.2 Nonostante il recupero dei fatturati nel 2010 e 2011, la crisi ha impattato significativamente su ricavi e occupazione

Come accennato in precedenza, dato il perdurare della crisi, quest'anno nel calcolo della variazione del fatturato si è prestata particolare attenzione al peso delle imprese che hanno cessato la produzione o sono in via di liquidazione. L'aggiornamento del database per mezzo dei registri camerali ha evidenziato come 45 imprese appartenenti all'universo risultano "cessate". Altre 30 sono emerse dalle interviste come "cessate" o in "liquidazione".

Partendo dal dato di fatturato del 2011 e ricostruendo a ritroso gli ultimi quattro anni (i risultati sono ripostati nella figura 3.5) si può osservare come, nonostante due anni consecutivi di crescita dei ricavi totali di filiera, le ferite causate dalla crisi, e in modo particolare quelle relative al suo periodo più acuto (il 2009), non si siano ancora rimarginate del tutto. La filiera è stata abile a ripartire, ma restano da recuperare i livelli pre-crisi: il fatturato cumulato del 2011 è pari all'87% di quello registrato nel 2008.

Figura 3.5 Il fatturato totale delle imprese della filiera automotive italiana, dal 2008 al 2011 (in miliardi di euro)¹⁵



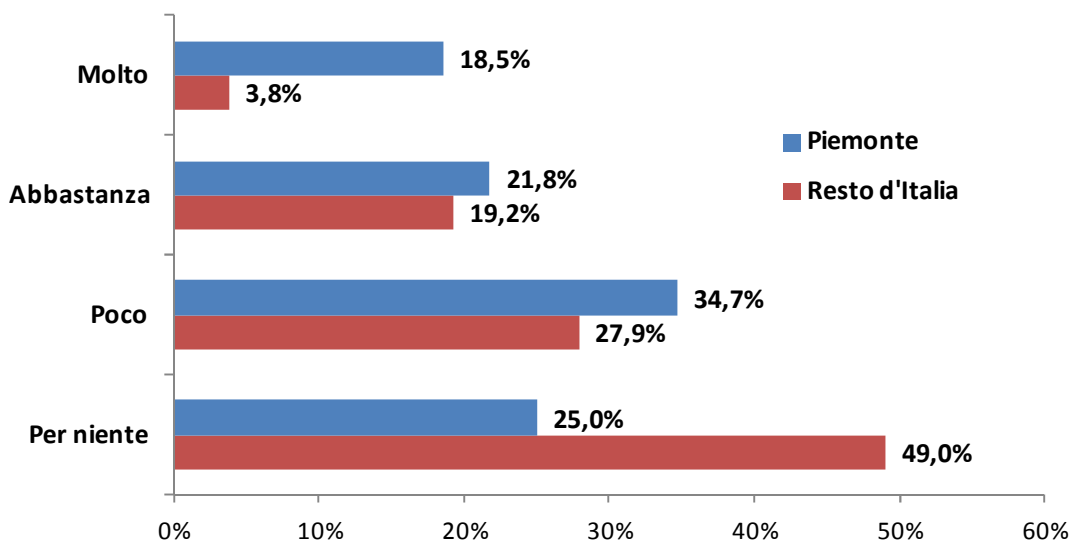
Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su interviste, dati di bilancio e registro imprese

La crisi ha avuto ripercussioni non solo sui ricavi delle imprese, ma anche sull'utilizzo degli impianti e quindi sui livelli occupazionali necessari per lo svolgimento delle attività. Il 75% delle imprese piemontesi intervistate e un'impresa su due nel resto

¹⁵ I dati di fatturato a consuntivo 2008 e 2009 sono stati calcolati a ritroso partendo dai dati di bilancio depositati delle 2.489 società di capitali osservate.

dell'Italia hanno dichiarato che dal 2008 ad oggi hanno fatto ricorso (con diversa intensità) alla cassa integrazione guadagni (ordinaria, straordinaria e in deroga).

Figura 3.6 Ricorso alla Cassa Integrazione guadagni (ordinaria, straordinaria, in deroga) dal 2008 ad oggi (% sul tot dei 228 rispondenti).



3.3.3 Il 2012 si apre con segnali negativi da parte dei clienti italiani e stranieri

Dopo un anno in cui le nostre imprese sono riuscite, nonostante le difficoltà, a chiudere almeno globalmente con fatturati in crescita, il 2012 si preannuncia come un anno difficile. Con livelli occupazionali decrescenti in tutta Europa e redditi presenti e futuri in diminuzione, la fiducia dei consumatori nell'Unione Europea è in calo. Il risultato, su un settore ciclico come l'auto, in paesi con tassi di motorizzazione fra i più alti al Mondo, è che i potenziali consumatori ritardano la decisione d'acquisto di nuove vetture. Tanto che, come visto nel primo capitolo, nei primi cinque mesi del 2012 in Europa si sono perse, rispetto all'anno precedente, 450mila immatricolazioni (-7,7%), di cui 160mila in Italia (-19%).

Le difficoltà dell'anno in corso sono confermate dai dati degli ordinativi dichiarati dal campione. Il 68,5% dei rispondenti segnala che nei primi tre mesi del 2012 il portafoglio ordini provenienti dall'Italia è diminuito, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, anche in modo significativo (per la metà di questi si parla di una flessione superiore al 10%), a fronte di un 31,5% che può vantare commesse in crescita.

Tabella 3.14 Andamento degli ordinativi nazionali ed esteri nel primo trimestre del 2012.

<i>Ordinativi nazionali</i>	Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%
Flessione superiore al 5%	58	47,2%	53	53,5%	111	50,0%
Flessione fra lo 0 e il 5%	24	19,5%	17	17,2%	41	18,5%
Crescita fra lo 0 e il 5%	21	17,1%	10	10,1%	31	14,0%
Crescita superiore al 5%	20	16,3%	19	19,2%	39	17,6%
Non rispondenti	23	15,8%	27	21,4%	50	18,4%
Rispondenti	123	84,2%	99	78,6%	222	81,6%
Totale intervistati	146		126		272	

<i>Ordinativi esteri</i>	Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%	<i>impr.</i>	%
Flessione superiore al 5%	33	31,1%	26	38,8%	59	34,1%
Flessione fra lo 0 e il 5%	21	19,8%	11	16,4%	32	18,5%
Crescita fra lo 0 e il 5%	23	21,7%	12	17,9%	35	20,2%
Crescita superiore al 5%	29	27,4%	18	26,9%	47	27,2%
Non rispondenti	40	27,4%	59	46,8%	99	36,4%
Rispondenti	106	72,6%	67	53,2%	173	63,6%
Totale intervistati	146		126		272	

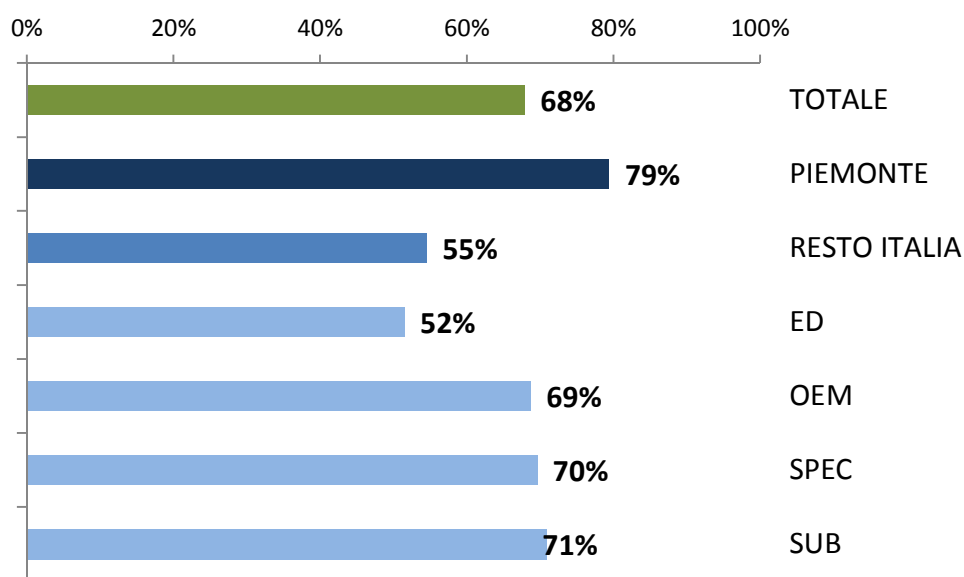
Ancora una volta i mercati esteri si rivelano più promettenti, nonostante performance meno brillanti rispetto agli ultimi due anni: il campione è sostanzialmente diviso in due, fra coloro che perdono commesse (il 52,6%) e coloro che continuano a guadagnarle rispetto al 2011 (il 47,4%).

3.4 Le fonti di ricavo della filiera

3.4.1 Il Gruppo Fiat pesa meno della metà sui fatturati di filiera

Dopo aver misurato i ricavi della filiera, procediamo ora a calcolare il peso delle diverse fonti di ricavi. Iniziamo con l'analisi delle relazioni e della dipendenza (in termini di commesse) con il Gruppo Fiat, storicamente il primo cliente della filiera della fornitura italiana.

Figura 3.7 Percentuale di rispondenti (sul totale del cluster analizzato) che forniscono (direttamente o indirettamente) il Gruppo Fiat.



La flessione della produzione nazionale, analizzata nel capitolo precedente, ed in particolare quella relativa al Gruppo Fiat (da circa 1,2 milioni del 2002 a meno di 650mila autoveicoli nel 2012)¹⁶, ha provocato un ridimensionamento delle commesse italiane del gruppo torinese. Il Gruppo Fiat gioca ancora un ruolo importante, specie in Piemonte dove ancora 8 imprese su 10 hanno rapporto commerciali con esso, ma si è ridimensionato nel corso degli ultimi anni: basti pensare che quasi un'impresa su due di quelle che hanno sede legale in regioni italiane diverse dal Piemonte non ha più rapporti commerciali (diretti o indiretti) con il Gruppo Fiat. Il sotto-cluster che negli anni è diventato più "indipendente" è stato quello dei fornitori di servizi ingegneristici e di design, dove un attore su due non vanta più forniture con l'azienda torinese.

Nel corso degli ultimi anni abbiamo potuto osservare come questo rapporto sia elastico e risponda con una certa rapidità (in un senso o nell'altro) agli andamenti della produzione nazionale, ma l'erosione del numero dei fornitori italiani (e piemontesi) è un fatto ormai strutturale.

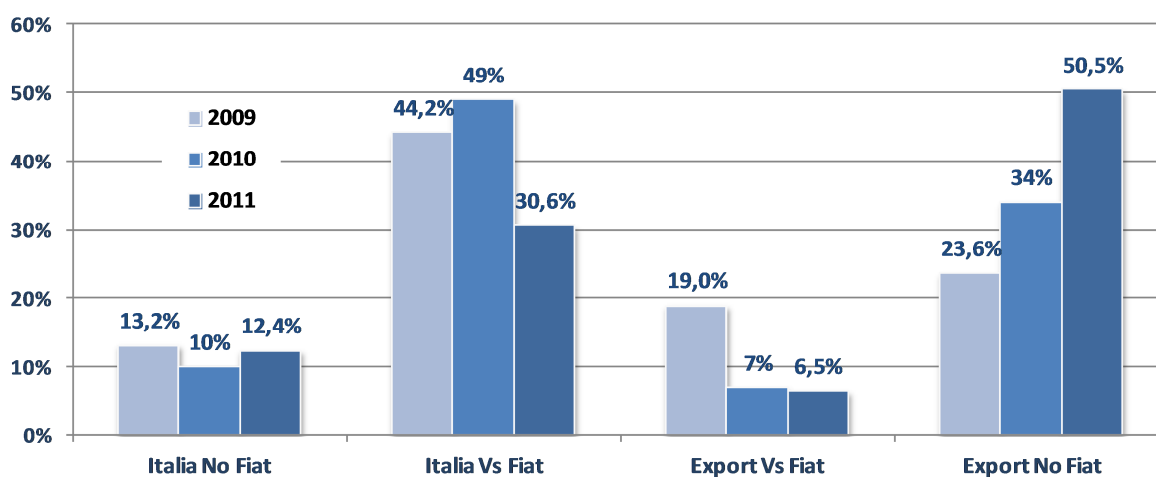
Il ridimensionamento dell'importanza del Gruppo Fiat vi è stato anche rispetto al peso che le sue commesse hanno sui fatturati di filiera e coinvolge un arco temporale di almeno due anni, dopo che nel 2009 il Gruppo era riuscito – in Europa – a battere la concorrenza, con una crescita delle immatricolazioni (+6,3%) maggiore rispetto alla media continentale (-1,6%), con un conseguente riflesso positivo sull'andamento delle

¹⁶ Al netto della produzione di altri marchi come PSA, Lamborghini, Di Riso, Pininfarina, ...

forniture verso il Gruppo, che era arrivato a pesare il 63,2% sui fatturati totali della filiera italiana.

Dopo solo due anni, nel 2011, la stessa variabile ha un ordine di misura differente. Su 100 euro di ricavi totali della filiera, la parte dovuta al gruppo Fiat è pari a 37,1 euro (l'anno precedente questa era pari a 56 euro), di cui 30,6 euro dovuti a commesse nazionali e 6,5 euro dovuti a commesse destinate agli stabilimenti del gruppo oltre confine. Queste ultime hanno subito un calo minore (dal 7 al 6,5%) rispetto a quelli nazionali.

Figura 3.8 Ripartizione del fatturato 2011 per cliente finale e confronto con gli anni precedenti (gruppo Fiat e non, Italia ed estero).



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

Dall'analisi dei primi dati relativi alla produzione finale ed agli ordini del primo trimestre 2012, e dall'analisi del piano industriale, si potrebbe affermare che questo trend non sia destinato a invertirsi nel 2012. Un contributo fondamentale al sostegno dei portafogli ordini delle nostre imprese sarà fornito dalla produzione della nuova Panda, varata nello stabilimento di Pomigliano nei primi mesi dell'anno in corso.

3.4.2 L'internazionalizzazione della filiera: i mercati esteri sono sempre più strategici come fonte di ricavi e diversificazione del rischio

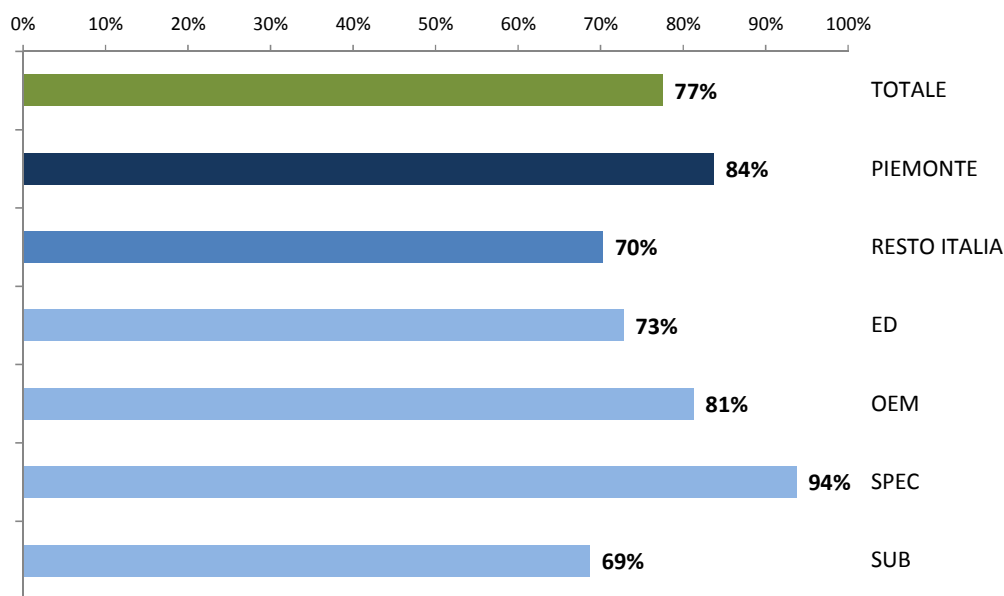
Non ci sono solo notizie negative: la maggior parte dei dati descrive una filiera che, seppur messa sotto pressione dal continuo calo della produzione nazionale e ora anche da quella continentale, riesce a reagire trovando le risorse necessarie ad intercettare nuove fonti di ricavi. Per confermarlo basterebbe un dato: gli esportatori sono ormai più numerosi di coloro che forniscono (in Italia o all'estero) il Gruppo Fiat. Questo avviene

non solo in Italia, ma anche in una regione storicamente legata al gruppo del Lingotto come il Piemonte.

Continua infatti la penetrazione dei prodotti italiani all'estero, in valore assoluto e relativo. Nel 2011 i ricavi provenienti dall'estero sono cresciuti ancora. La filiera nazionale deve ad essi quasi il 60% del proprio fatturato, quella piemontese quasi il 50%.

Il trend segnalato dal campione è coerente con quanto registrato dall'ISTAT ed elaborato da ANFIA, che quantifica il valore delle esportazioni di parti e componenti in 19,1 miliardi di euro, con un saldo positivo fra esportazioni ed importazioni pari a 7,3 miliardi di euro. D'altra parte negli ultimi dieci anni la produzione estera, sia continentale che nel resto del mondo, è cresciuta quasi sempre in misura maggiore rispetto a quella italiana, determinando una convenienza (ed una necessità) crescente degli investimenti per intercettarne le commesse estere.

Figura 3.9 Percentuale di esportatori sul totale dei rispondenti.



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

Essere esportatori oggi è dunque una prerogativa per poter diversificare i propri ricavi, far fronte agli anni di calo della produzione nazionale e alla concorrenza estera.

Nel corso degli ultimi anni tutti i settori che compongono la filiera hanno fatto sforzi in questa direzione ottenendo risultati positivi. Alcuni, come gli specialisti, fanno leva sui contenuti qualitativi e di innovazione delle loro componenti, per poter fornire prodotti

difficilmente disponibili sul mercato. Queste sono imprese che nello spazio di pochi anni modificano e ripensano i propri prodotti, proponendoli ai buyer internazionali. Negli ultimi anni si è però osservato come queste imprese italiane siano fra i soggetti più esposti alla concorrenza estera, anche di grandi multinazionali, magari fornitrici di moduli o sistemi, che si sono via via specializzate anche nella produzione di componenti specifiche.

Parallelamente i produttori di parti e componenti più semplici sono coloro che nel corso delle ultime tre-quattro edizioni dell'Osservatorio hanno fatto segnare i progressi più significativi in tema di penetrazione commerciale all'estero. Sono riusciti ad aumentare la qualità dei propri prodotti, ma soprattutto a farla conoscere e venderla oltre confine.

Vi sono poi i fornitori di servizi di E&D, storicamente portati a guardare oltre confine, sia grazie a elementi di eccellenza storica apprezzati dai clienti esteri, sia per caratteristiche del prodotto stesso, più facilmente eseguibile qui per clienti lontani ed esportabile a costi bassi o nulli.

Infine vi sono i fornitori più vicini alle linee di produzione finale. Questi sono tradizionalmente fornitori di moduli e sistemi, che per motivazioni logistiche (lavorazioni just in time) o di prodotto (il cui trasporto per caratteristiche - volumetriche o di fragilità - non è economicamente sostenibile) hanno sempre privilegiato la produzione destinata a stabilimenti produttivi di prossimità. Anche questi ultimi però hanno dovuto cambiare le proprie abitudini e puntare su prodotti che fossero anche vendibili sui mercati esteri, magari sfruttando le reti internazionali già esistenti all'interno del proprio gruppo industriale di appartenenza.

Tabella 3.15 Scomposizione del campione e dei cluster tra esportatori e non (in % dei rispondenti).

<i>Imprese esportatrici</i>	E&D		OEM		SPEC		SUB		Totale	
	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>	<i>impr.</i>	<i>%</i>
Non esportatori	9	27,3%	3	18,8%	5	6,3%	42	31,3%	59	22,5%
Esportatori	24	72,7%	13	81,3%	74	93,7%	92	68,7%	203	77,5%
Non rispondenti	1	2,9%	0	0,0%	2	2,5%	7	5,0%	10	3,7%
Rispondenti	33	97,1%	16	100,0%	79	97,5%	134	95,0%	262	96,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		272	

Riguardo alla destinazione delle merci prodotte in Italia, si osserva (figura 3.10) come i mercati più importanti siano ancora concentrati prevalentemente in Europa occidentale, per ragioni geografiche e di relazioni storiche con un'industria che rimane per

definizione una delle più importanti del Mondo. Accanto a questi approdi storici però, nel corso dell'ultimo decennio, si sono sviluppati altri mercati, tanto da diventare ora fra i più importanti per numerose aziende. Sono infatti ben 78 i clienti esteri appartenenti all'Europa centrale, che sono ultimamente diventati clienti strategici delle nostre aziende. Vi sono poi imprese che, fra i primi tre mercati per valore commerciale, annoverano piazze lontane: 19 nel Nord America, 15 in Brasile, 11 in Turchia, 10 nel Nord Africa, 10 in Cina, altri 14 nel resto dell'Asia, 5 ancora in Medio oriente, ...

Figura 3.10 Intensità della presenza commerciale all'estero degli esportatori (numero di accessi nei primi 3 mercati esteri da parte dei 182 rispondenti).

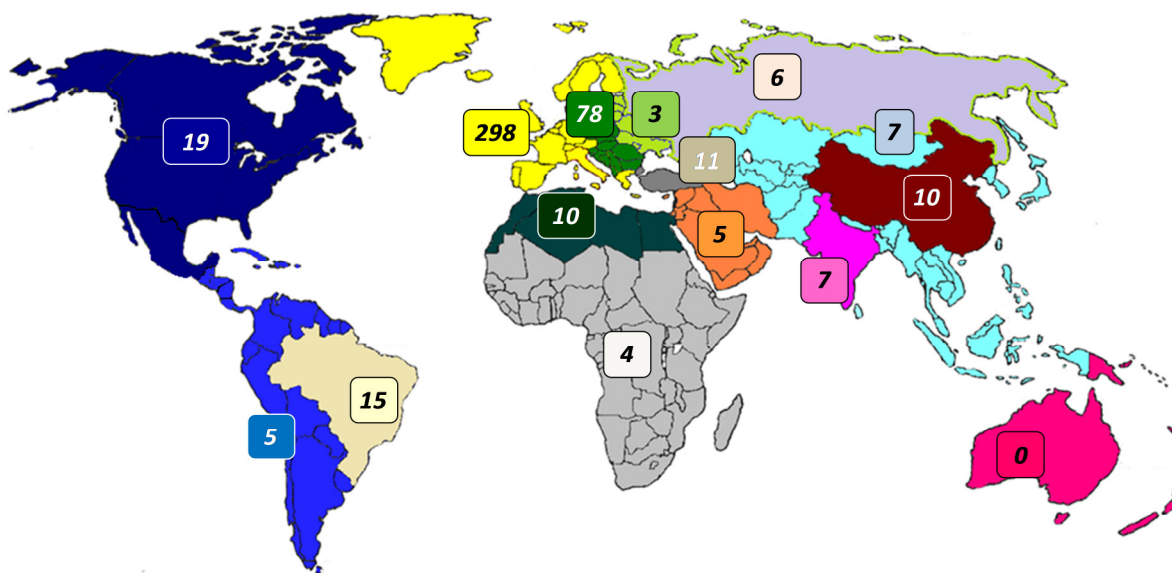
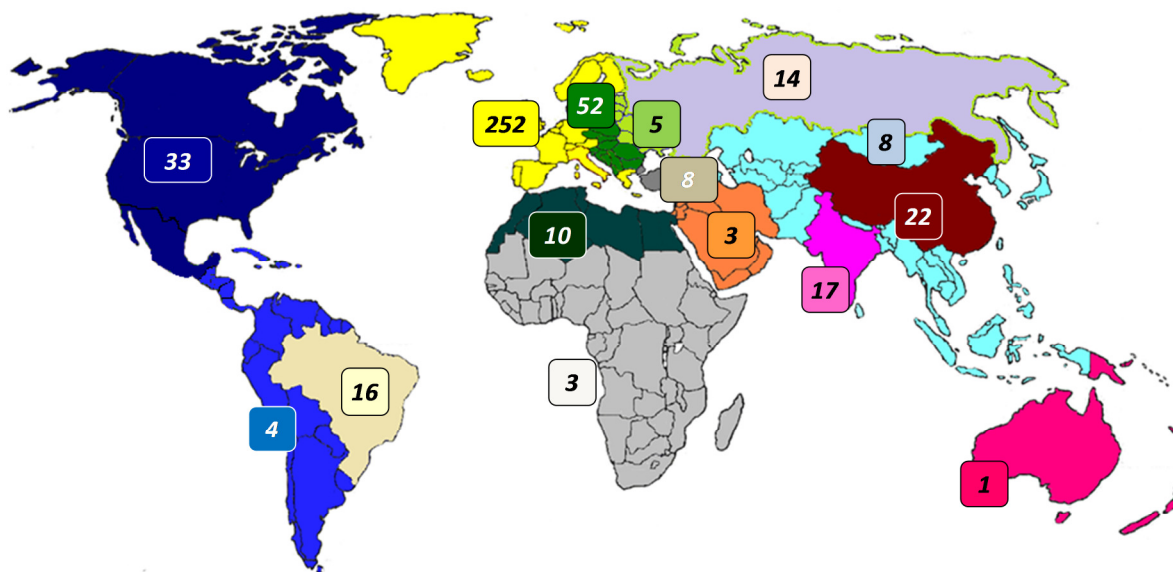


Figura 3.11 I nuovi mercati di sbocco o in procinto di diventare tali negli ultimi 3 anni (dichiarazioni da parte di 172 rispondenti).



Queste dinamiche sono confermate dalle risposte riguardanti i nuovi mercati di sbocco o quelli in cui si stanno compiendo i maggiori sforzi per entrare. Se da una parte l'Europa occidentale rimane l'approdo naturale delle nostre produzioni, dall'altra il resto delle attenzioni è rivolto a quei paesi ubicati sulle frontiere produttive più dinamiche: il Nord America (33 imprese dichiarano di aver aperto ultimamente dei rapporti commerciali qui), la Cina ed il resto dell'Asia (47 imprese), l'America del Sud (20 imprese), e poi l'anello di paesi che stanno ai confini dell'Unione Europea (Nord Africa, Turchia, Russia e paesi limitrofi), che negli ultimi anni sta crescendo di importanza, tanto che quest'anno l'Osservatorio ha registrato ben 40 aziende attive in questa zona.

Parallelamente le imprese, almeno quelle di medio-grandi dimensioni, si stanno attrezzando per produrre direttamente in loco. L'indagine rileva 22 stabilimenti aperti dal campione dal 2010 ad oggi (10 dei quali da imprese piemontesi). Le aperture avvengono generalmente là dove si sta spostando la frontiera della produzione (Centro-est Europa, Turchia, India e Cina) o dove la testa di filiera nazionale concentra i suoi investimenti (NAFTA e Brasile). Per la prima volta però, quest'anno rileviamo un certo numero di chiusure non solo in piazze mature dove la produzione sta flettendo (Gran Bretagna e Francia), ma anche in luoghi di industrializzazione crescente come il Centro Europa. Non è ancora un dato statisticamente consolidato, ma rappresenta un segnale a cui prestare attenzione: la concorrenza sta crescendo anche nei mercati in espansione, dove il successo non è scontato.

Figura 3.12 Chiusure e aperture di unità locali all'estero fra il 2010 e il 2012.



3.4.3 Le direttrici del fatturato: la filiera diversifica il portafoglio ordini per abbassare i rischi dovuti alla congiuntura e recuperare i livelli pre-crisi

Una delle parole chiave degli ultimi anni per mantenere il livello dei fatturati, ed in alcuni casi cercare di ritornare ai livelli pre-crisi, è stata la diversificazione commerciale e produttiva. Abbiamo osservato la diversificazione verso l'estero (Fiat e non), ma all'interno delle macro ripartizioni osservate (Fiat-non Fiat; estero o Italia) altre strade sono state battute, spesso con successo. La prima traiettoria di cui vorremmo rendere conto è quella che vede i fornitori concentrarsi su quei mercati, anche nazionali, che negli ultimi anni sono aumentati in valore assoluto e relativo, come quello dei veicoli industriali e commerciali. Come osservato nello scorso capitolo questo è un comparto che negli ultimi dieci anni mediamente è cresciuto anche in termini di produzione finale, ed in particolare lo scorso anno ha segnato una ripresa, rispetto alla flessione del 2009: nel 2011 la produzione finale di veicoli commerciali è aumentata del +14,5% (rispetto all'anno precedente); quella dei veicoli industriali ha fatto addirittura meglio (+20,1%). Ormai più del 50% del campione dichiara di fornire le linee di produzione dei veicoli commerciali e industriali pesanti. Un altro 37% è impegnato nella fornitura di veicoli commerciali leggeri. Vi sono poi 74 imprese (il 28,5% dei rispondenti) che si cimentano nella fornitura di componenti per autobus e pullman.

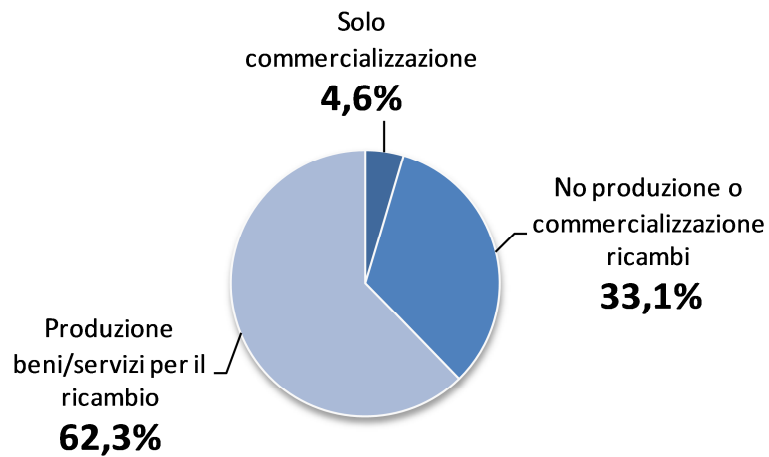
Tabella 3.16. Mercati di destinazione finale della filiera

	ED		OEM		SPEC		SUB		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Autovetture di piccola-media cilindrata	20	66,7%	9	60,0%	54	68,4%	74	54,4%	157	60,4%
Autovetture di cilindrata medio grande	19	63,3%	9	60,0%	50	63,3%	65	47,8%	143	55,0%
Monovolumi, SUV	14	46,7%	9	60,0%	44	55,7%	38	27,9%	105	40,4%
Autovetture premium, sportive	12	40,0%	6	40,0%	33	41,8%	35	25,7%	86	33,1%
Veicoli commerciali leggeri o derivati	4	13,3%	7	46,7%	30	38,0%	56	41,2%	97	37,3%
Veicoli industriali e commerciali pesanti	14	46,7%	11	73,3%	44	55,7%	70	51,5%	139	53,5%
Autobus e pullman	8	26,7%	6	40,0%	27	34,2%	33	24,3%	74	28,5%
Non rispondenti	4	11,8%	1	6,3%	2	2,5%	5	3,5%	12	4,4%
Rispondenti	30	88,2%	15	93,8%	79	97,5%	136	96,5%	260	95,6%
Totale intervistati	34		16		81		141		272	

Anche all'interno dell'insieme di coloro che si occupano di forniture per il mercato delle autovetture si sono sviluppate importanti specializzazioni. La metà del campione è in grado di concepire e fabbricare parti per autovetture di medio-grande dimensione o per monovolumi e SUV (il 40% del campione). Vi è poi la filiera delle auto sportive o premium che coinvolge ben un terzo del campione.

Un'altra fonte di ricavi è fornita dal mercato dei ricambi (o aftermarket). È questo un settore difficile nel quale operare. Per comprenderlo basti pensare che le componenti delle auto sono migliaia: se poi le moltiplichiamo per i modelli e le versioni uscite sul mercato negli ultimi vent'anni otteniamo numeri ancora più importanti. È chiaro che quando un automobilista richiede di sostituire un pezzo di un'auto uscita di produzione, è necessario che vi sia un fornitore capace di produrre quel particolare pezzo in tempi e costi ragionevoli. Questo è un mestiere in cui in Italia vi è una storica specializzazione, grazie a riconosciute capacità manifatturiere e di flessibilità. Testimoniata dal 62,3% del campione, che dichiara di essere attivo nella produzione per questo comparto.

Figura 3.13 Scomposizione dei rispondenti per appartenenza (o meno) al mercato del ricambio

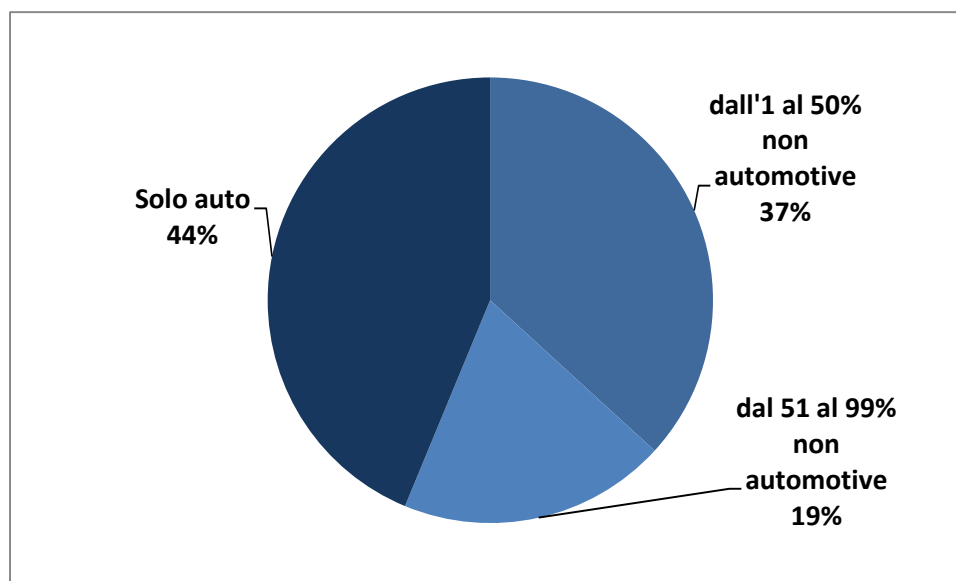


Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

Al tempo stesso la concorrenza, specie nei mercati medium e low cost, è molto aumentata, tanto che alcuni imprenditori italiani hanno cessato la produzione per convertirsi in aziende di import-export, come testimonia il 4,6% dei rispondenti che (in una filiera prettamente produttiva) dichiarano di occuparsi solo della commercializzazione dei pezzi di ricambio.

In tema di diversificazione di mercati e prodotti, dobbiamo infine rendere conto di un'ultima tendenza. Nel corso degli ultimi anni i curatori dell'osservatorio si sono resi conto di come una delle risposte alla crisi del settore auto fosse quella di utilizzare le specializzazioni e le capacità formate in questo comparto per riuscire ad intercettare commesse provenienti da altri settori. Non tutte le imprese possono attivare questo canale e, il più delle volte, lo stesso non può sostituire il volume d'affari precedentemente garantito dal settore automotive. Tuttavia esso rappresenta sempre un driver positivo o per lo meno una risorsa potenziale in più. Questo avviene per due ordini di ragioni: la prima è data dal fatto che gli altri comparti produttivi accusano mediamente meno la crisi del settore auto, la seconda è che i partecipanti alla filiera dell'auto sono solitamente aziende abituate a gareggiare anno dopo anno affinando le proprie armi (sulla qualità, l'innovazione, i prezzi, ...) e dunque si scoprono più competitive della concorrenza presente in altri settori.

Figura 3.14 Scomposizione dei 272 rispondenti per peso del fatturato automotive sul fatturato totale



3.5 I driver che guidano la crescita delle imprese della filiera

3.5.1 Le leve competitive, l'innovazione e la spesa in ricerca e sviluppo

Il 73% delle imprese (il 74,5% delle piemontesi) identifica come maggiore leva competitiva la qualità del proprio prodotto o servizio. Un'impresa su cinque è poi in grado di vincere la concorrenza grazie alla capacità di rispondere in tempi brevi ai picchi produttivi o alle modifiche volute dal cliente. Quest'ultima è una caratteristica essenziale dei fornitori di parti semplici, che per stare sul mercato devono garantire tempi di consegna affidabili ed avere la flessibilità giusta per poter rispondere repentinamente ai picchi di domanda.

La capacità di modificare in corsa le specifiche tecniche di un prodotto o servizio è invece prerogativa delle imprese di E&D che, lavorando a monte del processo produttivo, sono le più esposte ai "cambi di programma". L'innovazione è la variabile più apprezzata presso gli specialisti, il lavoro dei quali è giudicato soprattutto su questa variabile, piuttosto che sul prezzo. In media, il livello di coloro che fanno leva sul prezzo (21,3%) è ancora basso, ma in crescita rispetto allo scorso anno (quando era stato del 12,6%)¹⁷.

¹⁷ Rispetto a queste variabili non vi sono differenze sostanziali fra le imprese piemontesi e quelle del resto d'Italia

Tabella 3.17 Le variabili che distinguono le imprese rispetto ai diretti concorrenti (due risposte possibili, 267 rispondenti).

	ED		OEM		SPEC		SUB		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Qualità	26	76,5%	12	80,0%	57	71,3%	100	72,5%	195	73,0%
Prezzo	7	20,6%	4	26,7%	14	17,5%	32	23,2%	57	21,3%
Innovazione prodotto/servizio	9	26,5%	7	46,7%	30	37,5%	10	7,2%	56	21,0%
Affidabilità nei tempi di consegna	4	11,8%	2	13,3%	14	17,5%	42	30,4%	62	23,2%
Flessibilità produttiva	3	8,8%	3	20,0%	18	22,5%	39	28,3%	63	23,6%
Flessibilità nel modificare il prodotto	10	29,4%	1	6,7%	17	21,3%	28	20,3%	56	21,0%
Non Rispondenti	0	0,0%	1	6,3%	1	1,2%	3	2,1%	5	1,8%
Rispondenti	34	100,0%	15	93,8%	80	98,8%	138	97,9%	267	98,2%
Totale intervistati	34		16		81		141		272	

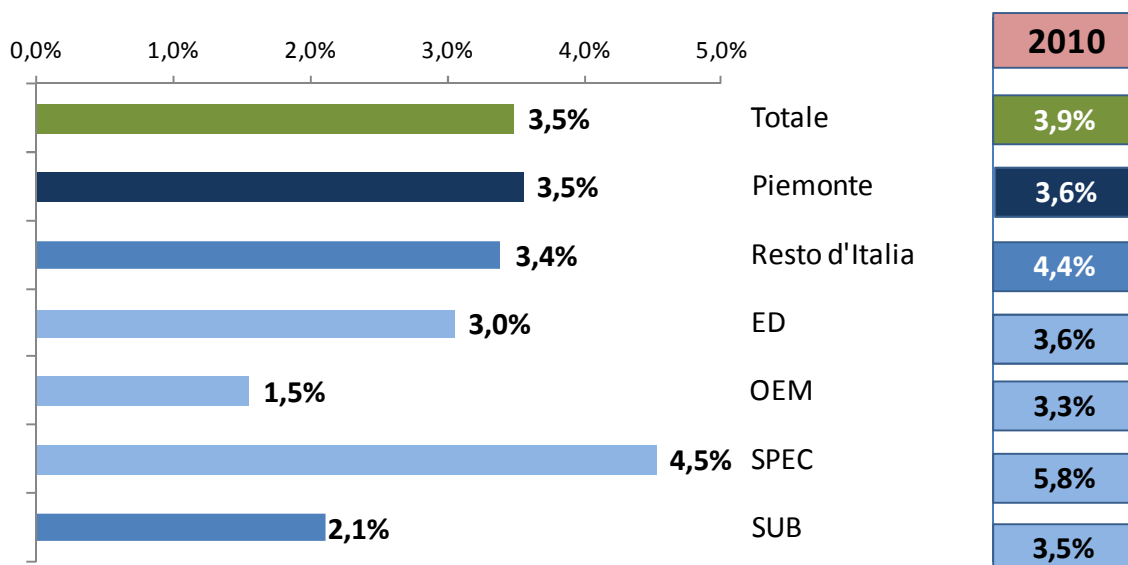
Dopo la qualità, il secondo campo in cui le imprese si cimentano per battere la concorrenza è l'aggiunta di contenuti innovativi ai prodotti e servizi. Per potersi avvalere di questa leva, con prodotti finali sempre più sofisticati e ricchi di contenuti, è ormai necessario passare da un'innovazione di tipo "informale", basata su conoscenze singole e collettive acquisite con il lavoro, l'esperienza e la formazione, ad una più strutturata, supportata da laboratori ed èquipe di ricerca specializzate, magari in rete con altre imprese. Sono quindi necessari investimenti specifici.

Alla luce di ciò non sorprende registrare come il 41% delle imprese piemontesi ed il 40,3% nel resto d'Italia dedichi a quest'attività più del 2% dei propri ricavi.

Se ponderiamo le dichiarazioni del campione per i fatturati, risulta poi che su cento euro di ricavi di filiera, 3,5 sono dedicati ad investimenti in ricerca e sviluppo (in Piemonte 3,54). Una quota circa doppia rispetto a quella investita dal sistema produttivo manifatturiero italiano nel suo insieme, a testimonianza della competitività e dell'importanza che il settore auto possiede in termini di domanda di innovazione.

In questo campo cresce l'interesse per i fondi pubblici e si consolida l'attenzione per il mondo universitario (il 18% del campione ha progetti attivi con esso).

Figura 3.15 Percentuale di spesa in R&S del campione sul fatturato 2011 (245 rispondenti di cui possediamo i dati di bilancio).



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

Tabella 3.18 Investimenti delle imprese negli ultimi 3 anni (dal 2010 al 2012 compreso).

Progetti di R&S	ED		OEM		SPEC		SUB		Totale	
	impr	%	impr	%	impr	%	impr	%	impr	%
Processo produttivo	13	38,2%	8	50,0%	62	77,5%	84	61,3%	167	62,5%
Prodotti/servizi nuovi per l'azienda, ma già esistenti sul mercato	11	32,4%	4	25,0%	30	37,5%	36	26,3%	81	30,3%
Prodotti/servizi completamente nuovi (anche per mercato)	12	35,3%	6	37,5%	20	25,0%	14	10,2%	52	19,5%
Organizzazione dell'impresa	15	44,1%	8	50,0%	39	48,8%	54	39,4%	116	43,4%
Commerciale e marketing	3	8,8%	6	37,5%	14	17,5%	19	13,9%	42	15,7%
Deposito brevetti	6	17,6%	1	6,3%	7	8,8%	3	2,2%	17	6,4%
Non è intervenuta in alcun modo (sui prodotti, servizi, organizzazione o processi);	3	8,8%	0	0,0%	2	2,5%	24	17,5%	29	10,9%
Altro	0	0,0%	0	0,0%	2	2,5%	4	2,9%	6	2,2%
Non Rispondenti	0	0,0%	0	0,0%	1	1,2%	4	2,8%	5	1,8%
Rispondenti	34	100,0%	16	100,0%	80	98,8%	137	97,2%	267	98,2%
Totale intervistati	34		16		81		141		272	

Dal 2010 ad oggi gli investimenti in R&S si sono concentrati sul miglioramento del processo produttivo (per il 62,5% del campione nazionale) e dell'organizzazione dell'impresa (43,4%). È dunque chiaro come la prima esigenza delle imprese sia stata quella di efficientare la struttura e le linee di produzione, per far fronte ad una diminuzione dei costi e dei volumi produttivi. Non sono però mancate le iniziative riguardanti nuovi prodotti da lanciare sul mercato, sia totalmente nuovi (19,5%), sia

proposti per la prima volta dall'impresa (30,3% delle rispondenti). L'attività di brevettazione continua a non rappresentare una priorità per le imprese: solamente 17 su 272 dichiara di aver depositato brevetti dal 2010 ad oggi. In ogni caso le azioni per contrastare le difficoltà crescenti sono state numerose e hanno coinvolto la quasi totalità del campione: solo l'11% dichiara di non essere intervenuto in nessuna delle attività descritte.

3.5.2 Nel campo della ricerca, dello sviluppo e dell'innovazione esistono margini di crescita: per colmarli uno degli strumenti fondamentali sono le collaborazioni, anche strutturate sotto forma di reti d'impresa

Molti sforzi sono stati fatti dalle imprese della filiera per aumentare il grado di competitività e questi stanno assumendo via via caratteristiche sempre più strutturate. Tuttavia, i margini di miglioramento sono ancora elevati. Se si guarda a coloro che spendono meno del 2% in attività di ricerca e sviluppo, notiamo che sono più di uno su due, salvo il cluster dei subfornitori (dove l'80% non spende in attività di R&S una quota del proprio fatturato inferiore al 2%). Almeno un OEM e uno specialista su tre e due E&D su cinque fanno parte di questa categoria. Vi è quindi un folto gruppo di imprese che non riesce a dedicare sufficienti risorse a questa attività.

Vi sono poi margini di miglioramento nelle partnership con le altre società, nell'acquisizione e diversificazione di fonti di innovazione, così come nell'acquisizione di servizi di R&S all'esterno delle imprese. Con margini finanziari messi sotto pressione dalla situazione congiunturale e dimensioni spesso medio-piccole, una delle soluzioni più spesso auspiccate sono le intese fra realtà diverse per aumentare la massa critica e sfruttare assieme quei centri del sapere e dell'innovazione che possono essere poli pubblici o privati specializzati in questo campo.

Questa esigenza è stata sentita e fatta propria dalle imprese, tanto che l'indagine di quest'anno conferma un dato emerso – per la prima volta - lo scorso anno, che segna un cambiamento di rotta rispetto al passato: la volontà di uscire dai confini societari, collaborando a progetti comuni. I progetti con le altre imprese non coinvolgono solamente la sfera commerciale (portati avanti da quasi il 20% dei rispondenti)¹⁸, ma

¹⁸ Le percentuali qui riportate non sono calcolate sui rispondenti alla domanda ma includono nel computo del totale anche coloro che non hanno risposto, ipotizzando che l'80% di essi non abbia dato vita a nessuna collaborazione.

anche gli investimenti in R&S (18% dei rispondenti) e quelli produttivi (anche qui il 18% dei rispondenti).

Rispetto allo scorso anno è confermato anche l'attivismo nelle operazioni di M&A: la maggior parte delle imprese impegnate in questo tipo di operazioni ha acquistato altre imprese, prevalentemente in Italia, piuttosto che all'estero. Le percentuali sono simili per le imprese piemontesi e per quelle nel resto d'Italia.

Reti di imprese automotive

Per mantenere livelli occupazionali e produttivi (redditi e competenze) prima e tornare a crescere poi, il sistema automotive italiano deve vincere le numerose sfide evidenziate anche da quest'indagine. Per farlo è necessario operare un cambiamento strutturale, verso un coordinamento stabile e istituzionalizzato fra i suoi attori, che permetta di superare dimensioni medio-piccole e in ogni caso ridotte rispetto ai poli industriali esteri con cui è necessario confrontarsi. Per uscire dalla logica individualistica o volontaristica è necessario apportare cambi strutturali ai modelli organizzativi, mettere a fattor comune l'ampio spettro di risorse possedute, senza al contempo perdere singole identità e vivacità imprenditoriali.

Numerosi attori sul territorio nazionale hanno compreso ciò, organizzandosi per cogliere i vantaggi di uno strumento normativo recente (presente nel ordinamento italiano dal 2009): il contratto di rete fra imprese. Il contratto di rete si fonda sull'obiettivo della crescita del grado di competitività dei propri aderenti, grazie alla leva dell'innovazione e della condivisione di programmi e risorse.

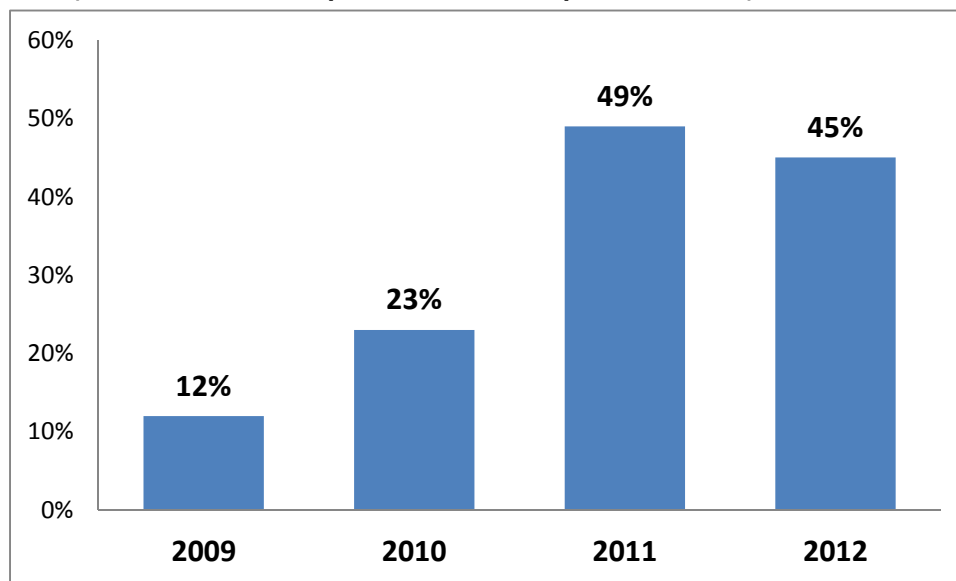
Un esempio ci è fornito della Rete Automotive Italia, che ha siglato un patto il 14 dicembre del 2011, fra 56 imprese operanti in Abruzzo, Basilicata e Campania.

3.5.3 Una delle frontiere dell'innovazione e una possibile fonte di ricavi futura: le tecnologie verdi

Per contrastare gli effetti di una perdurante congiuntura negativa, da più parti si invoca come uno dei rimedi il reindirizzamento delle imprese verso un cambio di paradigma tecnologico, ed in particolare in questo, come in altri settori, verso lo sviluppo e la promozione di beni e tecnologie cosiddette "verdi". Nuove tecnologie e modelli di auto che potrebbero (da qui a dieci anni) cambiare sistemi propulsivi con tutte le mutazioni che questo comporterebbe nella progettazione delle vetture e di alcuni sistemi (trazione, raffreddamento, propulsione, stoccaggio, ...). Le Case automobilistiche internazionali

stanno lanciando nuove proposte di autoveicoli elettrici o ibridi ed in ogni caso tutte sono impegnate nell'efficiamento delle vetture. Per capirne le ragioni bastano due dati: l'andamento del prezzo del carburante e le nuove norme in tema di emissioni. A questo proposito l'unione Europea ha posto il limite per le emissioni a chilometro di 130 grammi di Co2 per il 2015 e a 95 grammi per il 2020.

Figura 3.16 Imprese attive nel campo delle tecnologie per autoveicoli più "puliti" negli ultimi 4 anni (dal 2009 al 2012, in percentuale dei rispondenti totali).



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

Anche la filiera italiana si è mossa su questo fronte, in particolare dallo scorso anno, e le interviste di quest'anno confermano l'attivismo delle imprese su questa frontiera. Il 46% delle piemontesi ed il 43% nel resto d'Italia ha ultimamente promosso progetti ed investimenti in questo settore, in particolar modo nelle nuove motorizzazioni ibride o elettriche (il 15,4% del campione), nell'ideare e commercializzare componenti più efficienti (il 13% del campione) o materiali alternativi. Su quest'ultimo punto il Piemonte vanta una specializzazione, con il 26% del campione regionale impegnato su questo fronte, contro il 13% del resto d'Italia.

In Piemonte i progetti di ricerca, sviluppo e innovazione nel campo delle tecnologie verdi sono spesso promossi sotto impulso dei clienti tradizionali (per il 70% del campione), mentre nel resto d'Italia il green tech è vissuto maggiormente come una leva per intercettare nuovi clienti, soprattutto all'estero.

Tabella 3.19 Imprese che hanno promosso progetti nel campo delle tecnologie per autoveicoli più “puliti” negli ultimi 3 anni (dal 2010 al 2012 compreso).

Tecnologie pulite	ED		OEM		SPEC		SUB		Totale	
	impr	%	impr	%	impr	%	impr	%	impr	%
Sistemi di propulsione a GPL o metano	3	9,4%	0	0,0%	5	6,6%	5	3,9%	13	5,1%
Sistemi di propulsione elettrici o sistemi ibridi	13	40,6%	4	25,0%	13	17,1%	9	7,0%	39	15,4%
Nuovi componenti più efficienti	4	12,5%	2	12,5%	14	18,4%	13	10,1%	33	13,0%
Materiali alternativi	7	21,9%	3	18,8%	22	28,9%	18	14,0%	50	19,8%
Specializzati nella rigenerazione di materiali, parti e componenti	1	3,1%	0	0,0%	5	6,6%	3	2,3%	9	3,6%
Non abbiamo ancora investito in questo campo	10	31,3%	7	43,8%	30	39,5%	93	72,1%	140	55,3%
Altro	2	6,3%	3	18,8%	3	3,9%	5	3,9%	13	5,1%
Non risp	2	5,9%	0	0,0%	5	6,2%	12	8,5%	19	7,0%
Rispondenti	32	94,1%	16	100,0%	76	93,8%	129	91,5%	253	93,0%
Totale intervistati	34		16		81		141		272	

3.6 Il Piemonte: la filiera subalpina torna a crescere anche grazie a innovazione e diversificazione

Il Piemonte nel corso degli ultimi anni ha progressivamente perso quote di produzione finale sia in valore assoluto, sia in termini relativi, in confronto al resto d'Italia. Ciò nonostante rimane la regione maggiormente specializzata nella produzione di parti e componenti per auto: su 2.489 imprese dell'universo, 898 hanno qui la propria sede legale. Il loro fatturato complessivo sfiora i 19 miliardi (più del 45% del totale della filiera nazionale), gli occupati le 94.303 unità (52,6% del totale nazionale).

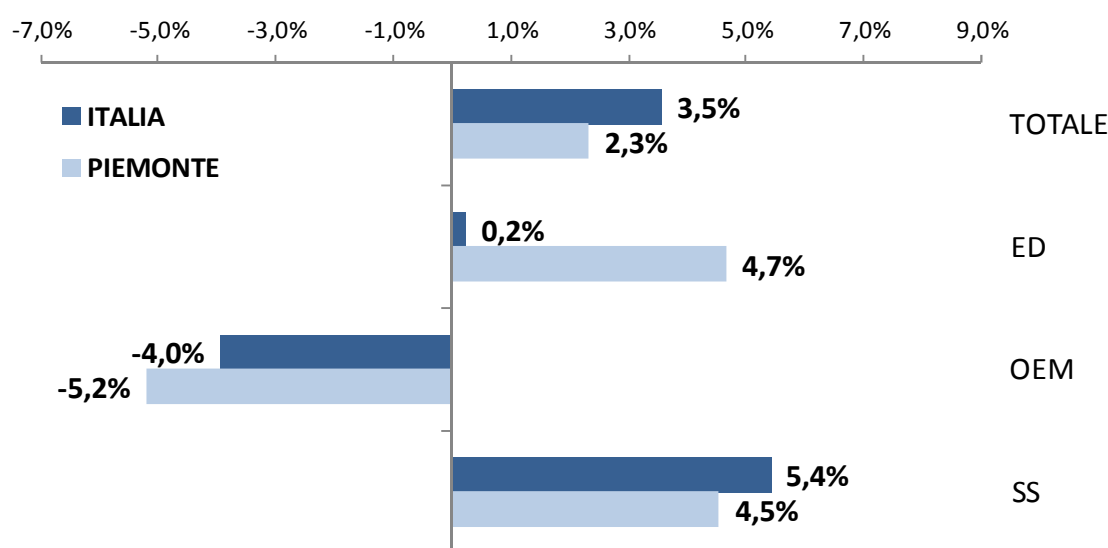
Quelle piemontesi sono imprese storiche maggiormente strutturate e con dimensioni maggiori rispetto alla media del resto d'Italia. Qui il 24,7% è una Spa (un dato che si ferma al 15,2% nel resto d'Italia), la restante parte una Srl.

Il 32,5% delle imprese piemontesi è una media o grande azienda, contro il 18,5% della restante parte di universo. Anche l'appartenenza a gruppi industriali è più frequente: nel 48% dei casi le imprese sono controllate o controllano un gruppo di imprese, contro il 42,6% del resto d'Italia.

Tabella 3.20 Stima di fatturato 2011 e dipendenti della filiera automotive in Piemonte.

PIEMONTE	Imprese	Dipendenti 2011	Dipendenti 2010	Var% Dipendenti 2011/10	Fatturato 2011	Fatturato 2010	Var% 2011/10*	Fatt. AUTO 2011
		<i>Stima</i>	<i>Stima</i>	<i>Stima</i>	<i>Stima in mld</i>	<i>Da bilanci in mld</i>	<i>Stima</i>	<i>Stima in mld</i>
Piemonte	898	94.303	99.357	-5,1%	€ 18,933	€ 18,504	+2,3 %	€ 15,278
Engineering & design	129	9.662	10.036	-3,7%	€ 1,847	€ 1,764	+4,7 %	€ 1,804
Sistemisti e modulatori	33	16.580	17.578	-5,7%	€ 4,019	€ 4,239	-5,2%	€ 3,895
Specialisti e subfornitori	736	68.061	71.743	-5,1%	€ 13,067	€ 12,501	+4,5 %	€ 9,579

Figura 3.17 Variazione percentuale del fatturato totale 2011 rispetto al 2010, con il dettaglio regionale piemontese.



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

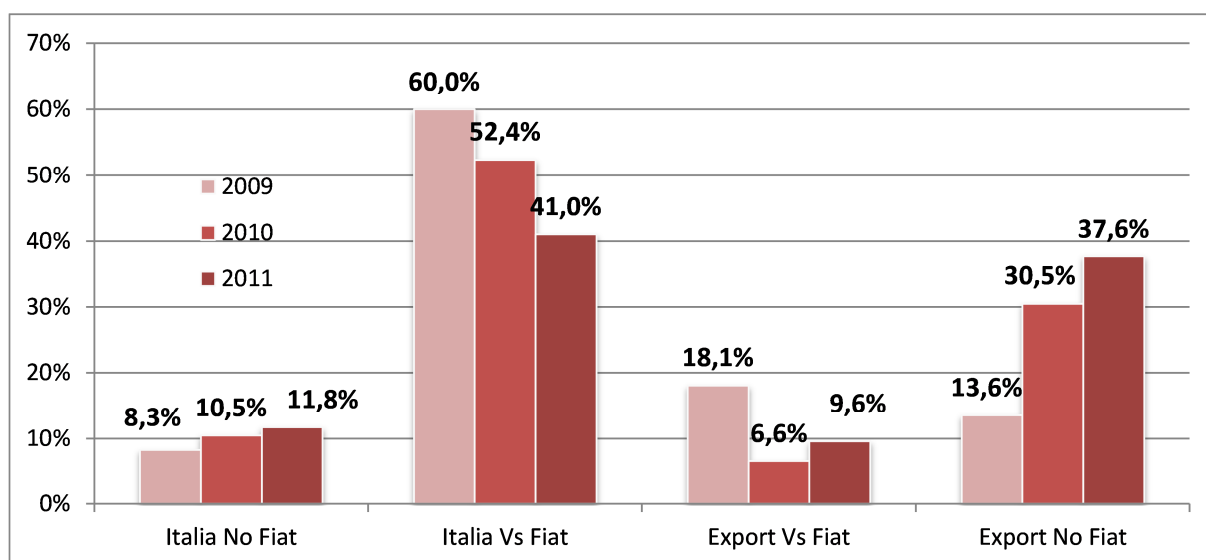
Dall'inizio della crisi il Piemonte ha subito un numero inferiore di chiusure di imprese (86 su 299 totali), ma al contempo evidenzia un numero minore di aperture (12 su 49).

Lo scorso anno il fatturato delle imprese, che hanno qui la propria sede legale, è cresciuto meno del resto d'Italia (+2,3%, contro il 3,5% della media nazionale), in ragione di una diminuzione più accentuata degli OEM piemontesi, che da un lato subiscono la contrazione dei volumi produttivi finali all'interno degli stabilimenti regionali, dall'altra sono più specializzati nella fornitura just in time delle linee nazionali, rispetto agli altri OEM operanti in Italia. Al contrario le società di E&D si sono dimostrate più internazionalizzate e performanti del resto del campione.

Nell'arco degli ultimi anni le imprese piemontesi nel complesso hanno però accusato maggiormente la crisi rispetto al resto del cluster nazionale, tanto che il 75% di esse

(contro il 51% del resto d'Italia) ha dichiarato che dal 2008 ad oggi ha fatto ricorso (con diversa intensità) alla Cassa Integrazione Guadagni (ordinaria, straordinaria e in deroga). Per le imprese che hanno sede qui, la pressione sui livelli occupazionali è stata maggiore che nel resto d'Italia: anche nel 2011 l'occupazione è calata del 5,1% a fronte di un -4,3% del dato nazionale. Coerentemente con quanto detto, si rileva come dal 2010 ad oggi un elevato numero di imprese piemontesi sia intervenuta per modificare o migliorare il processo produttivo (il 70% del campione regionale, il 53% nel resto d'Italia), nonché l'organizzazione dell'impresa (il 44,4% in Piemonte, il 42,3% nel resto d'Italia).

Figura 3.18 Ripartizione del fatturato piemontese 2011 per cliente e confronto con il 2009 e 2010 (gruppo Fiat e non, Italia ed estero).



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste e bilanci

Per far fronte alle difficoltà incontrate nel settore auto le imprese piemontesi hanno scelto la strada della diversificazione produttiva e commerciale. Accanto alle imprese che hanno rapporti diretti o indiretti con il Gruppo Fiat (il 79% dei rispondenti piemontesi), negli ultimi anni sono cresciute quelle che hanno rapporti commerciali con l'estero (l'84% del totale), una quota maggiore rispetto al resto del campione (che si ferma al 70%). Gli esportatori sono quindi più numerosi di coloro che forniscono (in Italia o all'estero) il Gruppo Fiat. La dinamica è talmente significativa da aver mutato anche la composizione e il peso delle fonti di ricavi. Il contributo delle vendite all'estero (37,6% nel 2011), grazie ad una crescita costante negli ultimi anni (sia assoluta che relativa), ha quasi raggiunto quello degli acquisti Fiat in Italia (41% nel 2011).

L'internazionalizzazione delle imprese piemontesi non è solo fatta di esportazioni dall'Italia, ma anche di investimenti diretti all'estero con l'apertura di stabilimenti direttamente in loco. Come si può osservare dalla tabella 3.21, le imprese piemontesi si dimostrano attente alle piazze più dinamiche nel Mondo, spaziando dall'America del Nord (Messico), a quella del Sud (Brasile), al bacino attorno all'Unione Europea a 15 (Polonia, Romania, Russia, Turchia), fino all'Asia (India e Cina).

Tabella 3.21 Numero e dislocazione di nuovi stabilimenti aperti all'estero da parte di imprese con sede legale in Piemonte.

<i>Stabilimenti aperti all'estero da imprese piemontesi</i>	
<i>Paese</i>	<i>Numero stabilimenti</i>
Brasile	2
Polonia	2
Cina	1
India	1
Messico	1
Romania	1
Russia	1
Turchia	1
Totale nuovi stabilimenti di piemontesi all'estero	10

La diversificazione è stata attuata anche all'interno dello stesso comparto auto ed è stata non solo di tipo commerciale, ma anche produttiva. Le imprese piemontesi sono in grado di fornire un ampio numero di architetture diverse, sia produzioni per autovetture di piccola cilindrata (il 73,6% del campione piemontese lo fa) che medio-grande (il 66,4%), ma, seguendo le tendenze del mercato, quasi la metà del campione (il 49,3%) dichiara di avere delle commesse per monovolumi e SUV. Se nel comparto dei veicoli commerciali leggeri il resto d'Italia si dimostra più specializzato, in Piemonte è importante la filiera dei veicoli commerciali e industriali pesanti (54,3% vi appartiene). Infine non sono pochi (il 33,6%) coloro in grado di fornire parti e componenti per autobus e pullman.

La regione vanta poi una specializzazione nella produzione di pezzi di ricambio per auto. Le imprese attive nel settore aftermarket sono il 67% del campione (contro il 57% del resto d'Italia), a cui va aggiunto un 2% impegnato nella commercializzazione di queste parti e componenti.

Anche le fonti di ricavi nazionali provenienti da sbocchi diversi dal Gruppo Fiat sono in crescita, fuori e dentro al settore auto. Un dato interessante che emerge dall'indagine di quest'anno è la maggior propensione delle imprese piemontesi ad intercettare commesse al di fuori della filiera automotive. Il 32% delle imprese del campione

piemontese (il 24,6% di quello del resto d'Italia) ha un fatturato che deriva, almeno per un quarto, da clienti non appartenenti al mondo automotive.

Per ottenere risultati sul mercato e battere la concorrenza le imprese piemontesi puntano sulla qualità (lo fa il 74,5% del campione, a confronto del 71,3% del resto del campione nazionale) e sulla flessibilità produttiva (il 25,5% contro il 21,3%). Si fa meno leva sui brevetti (solo il 4,2%), ma sempre più sugli investimenti in ricerca e sviluppo, campo dove le imprese della regione investono il 3,54% dei loro ricavi.

Le imprese piemontesi sembrano aver superato una storica tendenza all'individualismo. La regione si afferma come un luogo attento alle collaborazioni, in maniera significativamente maggiore della media nazionale. Dal 2010 un rispondente piemontese su due ha attivato collaborazioni per progetti vari con altri soggetti al di fuori della propria impresa. Il 22,6% lo ha fatto per progetti inerenti la ricerca e sviluppo di prodotti. Risulta elevata la percentuale di coloro che dichiarano collaborazioni di tipo commerciale (21,6%), mentre sotto la media nazionale è il valore riferito alle collaborazioni produttive (13,2%, contro il 18% del resto d'Italia)¹⁹.

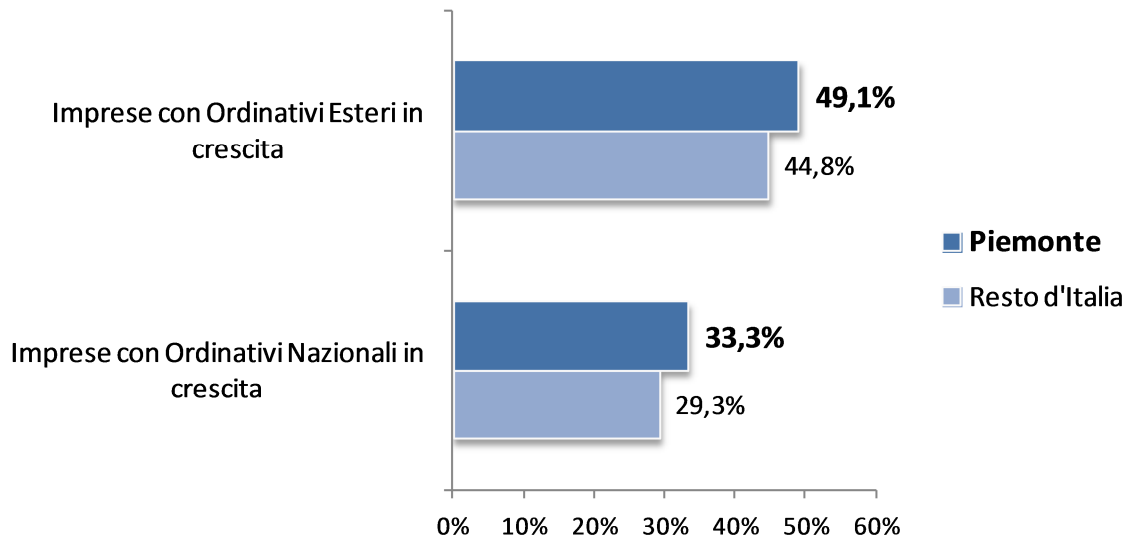
L'anno in corso si annuncia sfidante anche per le imprese piemontesi, che dovranno fronteggiare un altro periodo lungo caratterizzato da una bassa produzione finale locale. Ciò nonostante l'andamento degli ordinativi del primo trimestre del 2012 (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) è andato meglio in confronto ai risultati del resto d'Italia. Un piemontese su tre dichiara ordinativi nazionali in crescita (contro il 29% della restante parte del campione) e il 49% del campione regionale contro il 44,8% del resto dell'Italia dichiara ordinativi esteri in crescita.

Le strade da percorrere saranno ancora quelle dell'innovazione, della qualità e del miglioramento dell'efficienza produttiva. Una via per aumentare la competitività è poi sicuramente fornita dalle collaborazioni con soggetti diversi dall'impresa (il gruppo industriale, il mondo accademico e della ricerca, le altre imprese della filiera). Le imprese piemontesi hanno dimostrato un attivismo crescente nei progetti, per ricerca e commerciali, intrapresi con altri partner, ma servono forse intese più strutturate e product oriented, che possono assumere la forma di reti d'impresa finalizzate alla crescita di specializzazioni già presenti sul territorio, come quelle necessarie per la

¹⁹ Queste percentuali sono calcolate non sui rispondenti effettivi alla domanda, ma assumendo che l'80% dei non rispondenti non abbia dato vita a nessun progetto di collaborazione e aggiungendo questa percentuale al totale dei rispondenti. Abbiamo così una stima prudenziale di coloro che hanno dato vita a collaborazioni.

fornitura dei veicoli di domani: più leggeri, con motori più puliti o alternativi e sistemi più risparmiatori.

Figura 3.19 Percentuale di imprese del campione che segnalano ordinativi (nazionali ed esteri) in crescita nel primo trimestre 2012 rispetto al primo trimestre 2011.



Fonte: Elaborazioni Step Ricerche su dati rilevati da interviste

APPENDICE STATISTICA

Tabella 1: Percentuale produzione automotive	80
Tabella 2: Mestieri della filiera	80
Tabella 3: Caratteristiche distintive	81
Tabella 4: Ricerca e Sviluppo	81
Tabella 5: Progetti di R&S	82
Tabella 6: Partner/Fornitori di R&S	82
Tabella 7: Tecnologie pulite	83
Tabella 8: Risultati da tecnologie pulite	84
Tabella 9: Destinazione finale dei beni / servizi	84
Tabella 10: Mercato del ricambio	85
Tabella 11: Primo/Secondo Impianto	85
Tabella 12: Export e destinazione per cliente	86
Tabella 13: Crescita Export	89
Tabella 14: Principali mercati (numero di presenze)	90
Tabella 15: Nuovi mercati conquistati	91
Tabella 16: Aperture/Chiusure Stabilimenti	92
Tabella 17: Ordinativi Nazionali	93
Tabella 18: Ordinativi Esteri	93
Tabella 19: Dipendenti	94
Tabella 20: Variazione fatturato totale 2010-2011	96
Tabella 21: Variazione fatturato automotive 2010-2011	96
Tabella 22: Classi di Fatturato 2011	97
Tabella 23: Appartenenza a Gruppi industriali	98
Tabella 24: Collaborazioni	98
Tabella 25: Cassa Integrazione	99

Tabella 1: Percentuale produzione automotive

D2 Sul totale del vostro fatturato 2011, qual è stata la percentuale destinata al mercato di auto, veicoli industriali, rimorchi, semi-rimorchi, commerciali o autobus?															
D2 Percentuale produzione automotive	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale		
	impr.	% sui risp.	impr.	% sui risp.	impr.	% sui risp.	impr.	% sui risp.	impr.	% sui risp.	impr.	% sui risp.	impr.	% sui risp.	
fino al 10%	0	0,0%	1	6,3%	3	3,7%	13	9,2%	6	4,1%	11	8,7%	17	6,3%	
tra l'11% e il 25%	0	0,0%	1	6,3%	1	1,2%	9	6,4%	6	4,1%	5	4,0%	11	4,0%	
tra l'26% e il 50%	3	8,8%	0	0,0%	8	9,9%	14	9,9%	18	12,3%	7	5,6%	25	9,2%	
tra l'51% e il 75%	1	2,9%	1	6,3%	6	7,4%	17	12,1%	17	11,6%	8	6,3%	25	9,2%	
tra il 76% e il 99%	11	32,4%	4	25,0%	29	35,8%	31	22,0%	40	27,4%	35	27,8%	75	27,6%	
100%	19	55,9%	9	56,3%	34	42,0%	57	40,4%	59	40,4%	60	47,6%	119	43,8%	
Non Rispondenti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Rispondenti	34	100,0%	16	100,0%	81	100,0%	141	100,0%	146	100,0%	126	100,0%	272	100,0%	
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272		

Tabella 2: Mestieri della filiera

D3 Qual è la vostra attività principale? (una sola risposta consentita)						
D3 Mestieri	Piemonte		Resto Italia		Totale	
	imprese	% sui risp.	imprese	% sui risp.	imprese	% sui risp.
Allestimento, trasformazione, modifica di: autovetture, veicoli commerciali leggeri, veicoli industriali	6	4,1%	31	24,6%	37	13,6%
Componenti e/o parti semplici su disegno del committente	70	47,9%	38	30,2%	108	39,7%
Engineering & design, logistica	19	13,0%	2	1,6%	21	7,7%
Ideiamo e produciamo noi (o assieme al cliente) componenti e parti per autoveicoli	41	28,1%	35	27,8%	76	27,9%
Moduli o sistemi completi (non parti di) per autoveicoli	8	5,5%	8	6,3%	16	5,9%
Produzione di autoveicoli, motori, scocche, telai, prototipi, rimorchi, semi-rimorchi	2	1,4%	12	9,5%	14	5,1%
Non Rispondenti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Rispondenti	146	100,0%	126	100,0%	272	100,0%
Totale intervistati	146		126		272	

Tabella 3: Caratteristiche distintive

D4 Quali sono le principali caratteristiche che vi distinguono dai vostri maggiori concorrenti (italiani o esteri)? (consentite massimo due risposte)														
D4 Caratteristiche	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
La qualità del nostro prodotto/servizio	26	76,5%	12	80,0%	57	71,3%	100	72,5%	108	74,5%	87	71,3%	195	73,0%
Il prezzo più contenuto del nostro prodotto / servizio	7	20,6%	4	26,7%	14	17,5%	32	23,2%	31	21,4%	26	21,3%	57	21,3%
Le caratteristiche innovative del nostro prodotto / servizio	9	26,5%	7	46,7%	30	37,5%	10	7,2%	28	19,3%	28	23,0%	56	21,0%
L'affidabilità nei tempi di consegna	4	11,8%	2	13,3%	14	17,5%	42	30,4%	34	23,4%	28	23,0%	62	23,2%
La flessibilità produttiva	3	8,8%	3	20,0%	18	22,5%	39	28,3%	37	25,5%	26	21,3%	63	23,6%
La flessibilità nel modificare il prodotto	10	29,4%	1	6,7%	17	21,3%	28	20,3%	30	20,7%	26	21,3%	56	21,0%
Altro	1	2,9%	1	6,7%	1	1,3%	2	1,4%	5	3,4%	1	0,8%	6	2,2%
Non Rispondenti	0	0,0%	1	6,3%	1	1,2%	3	2,1%	1	0,7%	4	3,2%	5	1,8%
Rispondenti	34	100,0%	15	93,8%	80	98,8%	138	97,9%	145	99,3%	122	96,8%	267	98,2%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 4: Ricerca e Sviluppo

D5 Nel 2011 la sua azienda quale percentuale di fatturato ha investito in R&S sul prodotto o sul processo?														
D5 Percentuale fatturato R&S	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>imprese</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>imprese</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>imprese</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>imprese</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>imprese</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>imprese</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>imprese</i>	<i>% sui risp.</i>
meno del 2%	14	42,4%	8	36,4%	24	31,2%	110	79,7%	85	59,0%	71	59,7%	156	59,3%
tra il 2% e il 5%	10	30,3%	5	22,7%	25	32,5%	17	12,3%	34	23,6%	23	19,3%	57	21,7%
tra il 6% e il 7%	0	0,0%	0	0,0%	5	6,5%	6	4,3%	7	4,9%	4	3,4%	11	4,2%
tra l'8% e il 10%	3	9,1%	3	13,6%	14	18,2%	4	2,9%	13	9,0%	8	6,7%	21	8,0%
oltre il 10%	6	18,2%	6	27,3%	9	11,7%	1	0,7%	5	3,5%	13	10,9%	18	6,8%
Non Rispondenti	1	2,9%	1	4,3%	4	4,9%	3	2,1%	2	1,4%	7	5,6%	9	3,3%
Rispondenti	33	97,1%	22	95,7%	77	95,1%	138	97,9%	144	98,6%	119	94,4%	263	96,7%
Totale intervistati	34		23		81		141		146		126		272	

Tabella 5: Progetti di R&S

D6 Parlando di innovazione, quali sono stati o sono in questo momento i vostri due principali investimenti negli ultimi 3 anni (dal 2010 al 2012 compreso) (consentite massimo 3 risposte)														
D6 Progetti di R&S	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.
Processo produttivo	13	38,2%	8	50,0%	62	77,5%	84	61,3%	102	70,8%	65	52,8%	167	62,5%
Prodotti / servizi nuovi per l'azienda ma già esistenti sul mercato	11	32,4%	4	25,0%	30	37,5%	36	26,3%	44	30,6%	37	30,1%	81	30,3%
Prodotti / servizi completamente nuovi (anche per il mercato)	12	35,3%	6	37,5%	20	25,0%	14	10,2%	26	18,1%	26	21,1%	52	19,5%
Organizzazione dell'impresa	15	44,1%	8	50,0%	39	48,8%	54	39,4%	64	44,4%	52	42,3%	116	43,4%
Commerciale e di marketing	3	8,8%	6	37,5%	14	17,5%	19	13,9%	20	13,9%	22	17,9%	42	15,7%
Deposito brevetti	6	17,6%	1	6,3%	7	8,8%	3	2,2%	6	4,2%	11	8,9%	17	6,4%
Non siamo intervenuti sui prodotti, servizi, organizzazione o processi	3	8,8%	0	0,0%	2	2,5%	24	17,5%	14	9,7%	15	12,2%	29	10,9%
Altro	0	0,0%	0	0,0%	2	2,5%	4	2,9%	3	2,1%	3	2,4%	6	2,2%
Non Rispondenti	0	0,0%	0	0,0%	1	1,2%	4	2,8%	2	1,4%	3	2,4%	5	1,8%
Rispondenti	34	100,0%	16	100,0%	80	98,8%	137	97,2%	144	98,6%	123	97,6%	267	98,2%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 6: Partner/Fornitori di R&S

D7 Come e con chi conducete la R&S (dal 2010 al 2012 compreso)? (massimo 3 risposte)														
D7 Partner/Fornitori di R&S	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.
All'interno dell'impresa	22	66,7%	10	62,5%	66	85,7%	100	77,5%	109	78,4%	89	76,7%	198	77,6%
All'interno del gruppo	1	3,0%	8	50,0%	22	28,6%	14	10,9%	27	19,4%	18	15,5%	45	17,6%
In partnership con altre imprese	9	27,3%	2	12,5%	11	14,3%	10	7,8%	19	13,7%	13	11,2%	32	12,5%
Acquistando servizi da società esterne (private)	4	12,1%	1	6,3%	8	10,4%	13	10,1%	14	10,1%	12	10,3%	26	10,2%
Avvalendosi di iniziative o fondi pubblici	7	21,2%	3	18,8%	14	18,2%	19	14,7%	25	18,0%	18	15,5%	43	16,9%

nazionali o internazionali														
Università, centri e istituti di ricerca pubblici o privati	10	30,3%	3	18,8%	19	24,7%	14	10,9%	21	15,1%	25	21,6%	46	18,0%
Clienti	10	30,3%	1	6,3%	18	23,4%	34	26,4%	36	25,9%	27	23,3%	63	24,7%
Fornitori	4	12,1%	0	0,0%	11	14,3%	17	13,2%	14	10,1%	18	15,5%	32	12,5%
Non rispondenti	1	2,9%	0	0,0%	4	4,9%	12	8,5%	7	4,8%	10	7,9%	17	6,3%
Rispondenti	33	97,1%	16	100,0%	77	95,1%	129	91,5%	139	95,2%	116	92,1%	255	93,8%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 7: Tecnologie pulite

D8 Rispetto alle tecnologie per autoveicoli più puliti negli ultimi 3 anni (dal 2010 al 2012 compreso), la sua impresa ha o è in procinto di partecipare o promuovere progetti per (massimo 2 risposte)														
<i>D8 Tecnologie pulite</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp</i>
Sistemi di propulsione a GPL o metano	3	9,4%	0	0,0%	5	6,6%	5	3,9%	5	3,7%	8	6,8%	13	5,1%
Sistemi di propulsione elettrici o sistemi ibridi	13	40,6%	4	25,0%	13	17,1%	9	7,0%	19	14,1%	20	16,9%	39	15,4%
Nuovi componenti più efficienti	4	12,5%	2	12,5%	14	18,4%	13	10,1%	19	14,1%	14	11,9%	33	13,0%
Materiali alternativi	7	21,9%	3	18,8%	22	28,9%	18	14,0%	35	25,9%	15	12,7%	50	19,8%
Specializzati nella rigenerazione di materiali, parti e componenti	1	3,1%	0	0,0%	5	6,6%	3	2,3%	6	4,4%	3	2,5%	9	3,6%
Non abbiamo ancora investito in questo campo	10	31,3%	7	43,8%	30	39,5%	93	72,1%	73	54,1%	67	56,8%	140	55,3%
Altro	2	6,3%	3	18,8%	3	3,9%	5	3,9%	6	4,4%	7	5,9%	13	5,1%
Non rispondenti	2	5,9%	0	0,0%	5	6,2%	12	8,5%	11	7,5%	8	6,3%	19	7,0%
Rispondenti	32	94,1%	16	100,0%	76	93,8%	129	91,5%	135	92,5%	118	93,7%	253	93,0%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 8: Risultati da tecnologie pulite

D9 Rispetto al passato, i progetti per autoveicoli più puliti degli ultimi 3 anni vi hanno permesso di (massimo 3 risposte):														
<i>D9 Risultati tecnologie pulite</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Conservare i clienti tradizionali	10	52,6%	4	50,0%	25	58,1%	18	52,9%	40	69,0%	17	37,0%	57	54,8%
Acquisire nuovi clienti/mercati in Italia	7	36,8%	4	50,0%	16	37,2%	9	26,5%	15	25,9%	21	45,7%	36	34,6%
Acquisire nuovi clienti/mercati all'estero	6	31,6%	5	62,5%	26	60,5%	14	41,2%	23	39,7%	28	60,9%	51	49,0%
Imparare nuovi mestieri	5	26,3%	2	25,0%	6	14,0%	4	11,8%	11	19,0%	6	13,0%	17	16,3%
Altro	1	5,3%	0	0,0%	1	2,3%	3	8,8%	3	5,2%	2	4,3%	5	4,8%
Non rispondenti	15	44,1%	8	50,0%	38	46,9%	107	75,9%	88	60,3%	80	63,5%	168	61,8%
Rispondenti	19	55,9%	8	50,0%	43	53,1%	34	24,1%	58	39,7%	46	36,5%	104	38,2%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 9: Destinazione finale dei beni / servizi

D10 Pensando alla destinazione finale dei vostri beni/servizi, potete indicare a quale mercato/prodotto finale di rivolgono: (risposta multipla senza limite di risposte)														
<i>D10 Destinazione finale</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Autovetture di piccola-media cilindrata e dimensione	20	66,7%	9	60,0%	54	68,4%	74	54,4%	103	73,6%	54	45,0%	157	60,4%
Autovetture di cilindrata medio grande	19	63,3%	9	60,0%	50	63,3%	65	47,8%	93	66,4%	50	41,7%	143	55,0%
Monovolumi, SUV	14	46,7%	9	60,0%	44	55,7%	38	27,9%	69	49,3%	36	30,0%	105	40,4%
Autovetture premium, sportive	12	40,0%	6	40,0%	33	41,8%	35	25,7%	55	39,3%	31	25,8%	86	33,1%
Veicoli commerciali leggeri o derivati	4	13,3%	7	46,7%	30	38,0%	56	41,2%	46	32,9%	51	42,5%	97	37,3%
Veicoli industriali e commerciali pesanti	14	46,7%	11	73,3%	44	55,7%	70	51,5%	76	54,3%	63	52,5%	139	53,5%
Autobus e pullman	8	26,7%	6	40,0%	27	34,2%	33	24,3%	47	33,6%	27	22,5%	74	28,5%
Non rispondenti	4	11,8%	1	6,3%	2	2,5%	5	3,5%	6	4,1%	6	4,8%	12	4,4%
Rispondenti	30	88,2%	15	93,8%	79	97,5%	136	96,5%	140	95,9%	120	95,2%	260	95,6%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 10: Mercato del ricambio

D11 Producete (almeno in parte) prodotti/servizi destinati al mercato del ricambio (originale e non)?														
<i>D11 Ricambi</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
No, commercializziamo solamente (incluso import-export)	2	6,3%	0	0,0%	2	2,5%	2	1,4%	3	2,2%	9	7,4%	12	4,6%
Non produciamo nè commercializziamo parti destinate al mercato del ricambio	17	53,1%	6	40,0%	17	21,5%	17	12,2%	43	30,9%	43	35,5%	86	33,1%
Si, produciamo beni/servizi prodotti per il ricambio (inclusi anche servizi di E&D)	13	40,6%	9	60,0%	13	16,5%	13	9,4%	93	66,9%	69	57,0%	162	62,3%
Non rispondenti	2	5,9%	1	6,3%	2	2,5%	2	1,4%	7	4,8%	5	4,0%	12	4,4%
Rispondenti	32	94,1%	15	93,8%	79	97,5%	139	98,6%	139	95,2%	121	96,0%	260	95,6%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 11: Primo/Secondo Impianto

D12 Fatto pari a 100 il suo fatturato automotive 2011, lo ripartisce fra (quanto è stato dovuto a vendite per) il primo impianto e (quanto al) mercato del ricambio/aftermarket? (Nota: il totale deve essere pari a 100)														
<i>D12 PRIMO IMPIANTO</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
0%	3	17,6%	0	0,0%	8	13,3%	12	13,5%	7	7,1%	16	20,8%	23	13,1%
fino al 10%	0	0,0%	1	11,1%	7	11,7%	2	2,2%	3	3,1%	7	9,1%	10	5,7%
tra l'11% e il 25%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	6,7%	3	3,1%	3	3,9%	6	3,4%
tra il 26% e il 50%	1	5,9%	0	0,0%	5	8,3%	9	10,1%	6	6,1%	9	11,7%	15	8,6%
tra il 51% e il 75%	1	5,9%	1	11,1%	2	3,3%	9	10,1%	9	9,2%	4	5,2%	13	7,4%
tra il 76% e l'85%	3	17,6%	0	0,0%	6	10,0%	12	13,5%	14	14,3%	7	9,1%	21	12,0%
tra l'86% e il 99%	7	41,2%	7	77,8%	29	48,3%	35	39,3%	50	51,0%	28	36,4%	78	44,6%
100%	2	11,8%	0	0,0%	3	5,0%	4	4,5%	6	6,1%	3	3,9%	9	5,1%
Non rispondenti	17	50,0%	7	43,8%	21	25,9%	52	36,9%	48	32,9%	49	38,9%	97	35,7%
Rispondenti	17	50,0%	9	56,3%	60	74,1%	89	63,1%	98	67,1%	77	61,1%	175	64,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

D12 Fatto pari a 100 il suo fatturato automotive 2011, lo ripartisce fra (quanto è stato dovuto a vendite per) il primo impianto e (quanto al) mercato del ricambio/aftermarket?
(Nota: il totale deve essere pari a 100)

D12 AFTERMARKET	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.
0%	2	11,8%	0	0,0%	3	5,0%	4	4,5%	6	6,1%	3	3,9%	9	5,1%
fino al 10%	7	41,2%	7	77,8%	29	48,3%	35	39,3%	50	51,0%	28	36,4%	78	44,6%
tra l'11% e il 25%	3	17,6%	0	0,0%	6	10,0%	12	13,5%	14	14,3%	7	9,1%	21	12,0%
tra il 26% e il 50%	2	11,8%	1	11,1%	3	5,0%	14	15,7%	13	13,3%	7	9,1%	20	11,4%
tra il 51% e il 75%	0	0,0%	0	0,0%	4	6,7%	5	5,6%	2	2,0%	7	9,1%	9	5,1%
tra il 76% e l'85%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	5,6%	3	3,1%	2	2,6%	5	2,9%
tra l'86% e il 99%	0	0,0%	1	11,1%	7	11,7%	2	2,2%	3	3,1%	7	9,1%	10	5,7%
100%	3	17,6%	0	0,0%	8	13,3%	12	13,5%	7	7,1%	16	20,8%	23	13,1%
Non rispondenti	17	50,0%	7	43,8%	21	25,9%	52	36,9%	48	32,9%	49	38,9%	97	35,7%
Rispondenti	17	50,0%	9	56,3%	60	74,1%	89	63,1%	98	67,1%	77	61,1%	175	64,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 12: Export e destinazione per cliente

D13 Fatto pari a 100 il suo fatturato 2011, lo divide fra nazionale ed export e a sua volta fra clienti appartenenti (direttamente o indirettamente) o meno al Gruppo Fiat-Chrysler. Il totale delle 4 caselle deve essere pari a 100 (Il Gruppo Fiat si intende nel suo complesso: Spa e Industry):

D13 EXPORT FIAT	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.
0%	26	78,8%	10	62,5%	39	49,4%	86	64,2%	68	48,2%	93	76,9%	161	61,5%
fino al 10%	1	3,0%	3	18,8%	23	29,1%	27	20,1%	36	25,5%	18	14,9%	54	20,6%
tra l'11% e il 25%	4	12,1%	1	6,3%	8	10,1%	13	9,7%	22	15,6%	4	3,3%	26	9,9%
tra il 26% e il 50%	2	6,1%	4	25,0%	22	27,8%	18	13,4%	14	9,9%	4	3,3%	18	6,9%
tra il 51% e il 75%	0	0,0%	1	6,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,8%	1	0,4%
tra il 76% e l'85%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,8%	1	0,4%
tra l'86% e il 99%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
100%	1	3,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,7%	0	0,0%	1	0,4%

Non Rispondenti	1	2,9%	0	0,0%	2	2,5%	7	5,0%	5	3,4%	5	4,0%	10	3,7%
Rispondenti	33	97,1%	16	100,0%	79	97,5%	134	95,0%	141	96,6%	121	96,0%	262	96,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	
D13 Fatto pari a 100 il suo fatturato 2011, lo divide fra nazionale ed export e a sua volta fra clienti appartenenti (direttamente o indirettamente) o meno al Gruppo Fiat-Chrysler. Il totale delle 4 caselle deve essere pari a 100 (Il Gruppo Fiat si intende nel suo complesso: Spa e Industry):														
<i>D13 EXPORT NO FIAT</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
0%	12	36,4%	4	25,0%	6	7,6%	53	39,6%	36	25,5%	39	32,2%	75	28,6%
fino al 10%	7	21,2%	1	6,3%	13	16,5%	20	14,9%	23	16,3%	18	14,9%	41	15,6%
tra l'11% e il 25%	4	12,1%	2	12,5%	10	12,7%	17	12,7%	21	14,9%	12	9,9%	33	12,6%
tra il 26% e il 50%	2	6,1%	4	25,0%	22	27,8%	18	13,4%	26	18,4%	20	16,5%	46	17,6%
tra il 51% e il 75%	2	6,1%	2	12,5%	9	11,4%	11	8,2%	12	8,5%	12	9,9%	24	9,2%
tra il 76% e l'85%	0	0,0%	2	12,5%	9	11,4%	4	3,0%	7	5,0%	8	6,6%	15	5,7%
tra l'86% e il 99%	4	12,1%	1	6,3%	9	11,4%	7	5,2%	11	7,8%	10	8,3%	21	8,0%
100%	2	6,1%	0	0,0%	1	1,3%	4	3,0%	5	3,5%	2	1,7%	7	2,7%
Non Rispondenti	1	2,9%	0	0,0%	2	2,5%	7	5,0%	5	3,4%	5	4,0%	10	3,7%
Rispondenti	33	97,1%	16	100,0%	79	97,5%	134	95,0%	141	96,6%	121	96,0%	262	96,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	
D13 Fatto pari a 100 il suo fatturato 2011, lo divide fra nazionale ed export e a sua volta fra clienti appartenenti (direttamente o indirettamente) o meno al Gruppo Fiat-Chrysler. Il totale delle 4 caselle deve essere pari a 100 (Il Gruppo Fiat si intende nel suo complesso: Spa e Industry):														
<i>D13 ITALIA FIAT</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
0%	17	51,5%	7	43,8%	27	34,2%	40	29,9%	33	23,4%	58	47,9%	91	34,7%
fino al 10%	5	15,2%	1	6,3%	12	15,2%	21	15,7%	19	13,5%	20	16,5%	39	14,9%
tra l'11% e il 25%	1	3,0%	2	12,5%	15	19,0%	16	11,9%	25	17,7%	9	7,4%	34	13,0%

tra il 26% e il 50%	3	9,1%	2	12,5%	16	20,3%	25	18,7%	32	22,7%	14	11,6%	46	17,6%
tra il 51% e il 75%	1	3,0%	1	6,3%	3	3,8%	12	9,0%	13	9,2%	4	3,3%	17	6,5%
tra il 76% e l'85%	3	9,1%	2	12,5%	2	2,5%	3	2,2%	6	4,3%	4	3,3%	10	3,8%
tra l'86% e il 99%	1	3,0%	1	6,3%	2	2,5%	9	6,7%	10	7,1%	3	2,5%	13	5,0%
100%	2	6,1%	0	0,0%	2	2,5%	8	6,0%	3	2,1%	9	7,4%	12	4,6%
Non Rispondenti	1	2,9%	0	0,0%	2	2,5%	7	5,0%	5	3,4%	5	4,0%	10	3,7%
Rispondenti	33	97,1%	16	100,0%	79	97,5%	134	95,0%	141	96,6%	121	96,0%	262	96,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	
D13 Fatto pari a 100 il suo fatturato 2011, lo divide fra nazionale ed export e a sua volta fra clienti appartenenti (direttamente o indirettamente) o meno al Gruppo Fiat-Chrysler. Il totale delle 4 caselle deve essere pari a 100 (Il Gruppo Fiat si intende nel suo complesso: Spa e Industry):														
<i>D13 ITALIA NO FIAT</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
0%	7	21,2%	5	31,3%	10	12,7%	20	14,9%	23	16,3%	19	15,7%	42	16,0%
fino al 10%	4	12,1%	2	12,5%	21	26,6%	19	14,2%	30	21,3%	16	13,2%	46	17,6%
tra l'11% e il 25%	4	12,1%	4	25,0%	16	20,3%	22	16,4%	30	21,3%	16	13,2%	46	17,6%
tra il 26% e il 50%	5	15,2%	3	18,8%	20	25,3%	27	20,1%	33	23,4%	22	18,2%	55	21,0%
tra il 51% e il 75%	4	12,1%	0	0,0%	8	10,1%	16	11,9%	12	8,5%	16	13,2%	28	10,7%
tra il 76% e l'85%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	3,0%	1	0,7%	3	2,5%	4	1,5%
tra l'86% e il 99%	7	21,2%	0	0,0%	3	3,8%	12	9,0%	7	5,0%	15	12,4%	22	8,4%
100%	2	6,1%	2	12,5%	1	1,3%	14	10,4%	5	3,5%	14	11,6%	19	7,3%
Non Rispondenti	1	2,9%	0	0,0%	2	2,5%	7	5,0%	5	3,4%	5	4,0%	10	3,7%
Rispondenti	33	97,1%	16	100,0%	79	97,5%	134	95,0%	141	96,6%	121	96,0%	262	96,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 13: Crescita Export

D14 Nel 2011 rispetto al 2010 il vostro fatturato estero (l'export) è aumentato o diminuito del:														
<i>D14 Crescita EXPORT 2010-2011</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
diminuito oltre l'85%	1	3,4%	1	8,3%	0	0,0%	1	1,0%	2	1,7%	1	1,1%	3	1,4%
tra -85% e -51%	1	3,4%	1	8,3%	1	1,4%	4	3,9%	3	2,5%	4	4,3%	7	3,3%
tra -50% e -21%	3	10,3%	1	8,3%	2	2,9%	4	3,9%	6	5,0%	4	4,3%	10	4,7%
tra -20% e -1%	1	3,4%	2	16,7%	14	20,3%	19	18,4%	19	15,7%	17	18,5%	36	16,9%
Esportazioni Invariate	8	27,6%	0	0,0%	6	8,7%	29	28,2%	19	15,7%	24	26,1%	43	20,2%
tra 1% e 20%	6	20,7%	6	50,0%	36	52,2%	36	35,0%	51	42,1%	33	35,9%	84	39,4%
tra l'21% e 50%	3	10,3%	0	0,0%	8	11,6%	7	6,8%	11	9,1%	7	7,6%	18	8,5%
tra 51% e 85%	2	6,9%	0	0,0%	2	2,9%	0	0,0%	4	3,3%	0	0,0%	4	1,9%
cresciute oltre l'85%	4	13,8%	1	8,3%	0	0,0%	3	2,9%	6	5,0%	2	2,2%	8	3,8%
Non Rispondenti	5	14,7%	4	25,0%	12	14,8%	38	27,0%	25	17,1%	34	27,0%	59	21,7%
Rispondenti	29	85,3%	12	75,0%	69	85,2%	103	73,0%	121	82,9%	92	73,0%	213	78,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 14: Principali mercati (numero di presenze)

D15 Quali sono per fatturato (o per volume) i vostri primi tre mercati esteri? (Indicare la nazione e non l'area geografica, in ordine di importanza sul fatturato)														
D15 Mercati	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto d'Italia		TOTALE	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Europa Occidentale	24	109,1%	24	200,0%	120	179,1%	130	160,5%	181	164,5%	117	162,5%	298	163,7%
Europa Centrale	7	31,8%	3	25,0%	28	41,8%	40	49,4%	51	46,4%	27	37,5%	78	42,9%
America del Nord	2	9,1%	1	8,3%	8	11,9%	8	9,9%	8	7,3%	11	15,3%	19	10,4%
Brasile	1	4,5%	1	8,3%	7	10,4%	6	7,4%	10	9,1%	5	6,9%	15	8,2%
Turchia	2	9,1%	0	0,0%	6	9,0%	3	3,7%	9	8,2%	2	2,8%	11	6,0%
Cina	7	31,8%	0	0,0%	1	1,5%	2	2,5%	9	8,2%	1	1,4%	10	5,5%
Africa del Nord	1	4,5%	1	8,3%	2	3,0%	6	7,4%	9	8,2%	1	1,4%	10	5,5%
India	2	9,1%	0	0,0%	3	4,5%	2	2,5%	6	5,5%	1	1,4%	7	3,8%
Asia (escluse Cina, India, Russia)	1	4,5%	0	0,0%	3	4,5%	3	3,7%	2	1,8%	5	6,9%	7	3,8%
Russia	1	4,5%	0	0,0%	1	1,5%	4	4,9%	1	0,9%	5	6,9%	6	3,3%
Medio Oriente (esclusa la Turchia)	0	0,0%	0	0,0%	4	6,0%	1	1,2%	1	0,9%	4	5,6%	5	2,7%
America del Sud (escluso il Brasile)	0	0,0%	0	0,0%	5	7,5%	0	0,0%	1	0,9%	4	5,6%	5	2,7%
Africa (esclusi Paesi del Mediterraneo)	0	0,0%	0	0,0%	2	3,0%	2	2,5%	2	1,8%	2	2,8%	4	2,2%
Europa dell'Est	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	3,7%	2	1,8%	1	1,4%	3	1,6%
Oceania	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Rispondenti	22	64,7%	12	75,0%	67	82,7%	81	57,4%	110	75,3%	72	57,1%	182	66,9%
Non Risponde	12	35,3%	4	25,0%	14	17,3%	60	42,6%	36	24,7%	54	42,9%	90	33,1%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 15: Nuovi mercati conquistati

D16 In futuro (dalla seconda metà del 2012 in poi) quali sono i 3 paesi esteri verso i quali concentrerete i vostri sforzi commerciali ed eventualmente produttivi?														
D16 Nuovi mercati	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto d'Italia		TOTALE	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Europa Occidentale	25	125,0%	22	169,2%	82	126,2%	123	166,2%	156	154,5%	96	135,2%	252	146,5%
Europa Centrale	2	10,0%	6	46,2%	18	27,7%	26	35,1%	34	33,7%	18	25,4%	52	30,2%
America del Nord	1	5,0%	1	7,7%	18	27,7%	13	17,6%	16	15,8%	17	23,9%	33	19,2%
Cina	2	10,0%	1	7,7%	2	3,1%	3	4,1%	15	14,9%	7	9,9%	22	12,8%
India	9	45,0%	1	7,7%	8	12,3%	4	5,4%	12	11,9%	5	7,0%	17	9,9%
Brasile	1	5,0%	0	0,0%	12	18,5%	3	4,1%	11	10,9%	5	7,0%	16	9,3%
Russia	0	0,0%	0	0,0%	2	3,1%	1	1,4%	7	6,9%	7	9,9%	14	8,1%
Africa del Nord	5	25,0%	0	0,0%	3	4,6%	2	2,7%	6	5,9%	4	5,6%	10	5,8%
Turchia	2	10,0%	1	7,7%	10	15,4%	4	5,4%	8	7,9%	0	0,0%	8	4,7%
Asia (escluse Cina, India, Russia)	1	5,0%	2	15,4%	8	12,3%	3	4,1%	2	2,0%	6	8,5%	8	4,7%
Europa dell'Est	0	0,0%	0	0,0%	4	6,2%	0	0,0%	1	1,0%	4	5,6%	5	2,9%
America del Sud (escluso il Brasile)	1	5,0%	0	0,0%	2	3,1%	2	2,7%	1	1,0%	3	4,2%	4	2,3%
Africa (esclusi Paesi del Mediterraneo)	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	1	1,4%	1	1,0%	2	2,8%	3	1,7%
Medio Oriente (esclusa la Turchia)	0	0,0%	0	0,0%	5	7,7%	3	4,1%	1	1,0%	1	1,4%	2	1,2%
Oceania	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%	0	0,0%	1	1,0%	0	0,0%	1	0,6%
Rispondenti	20	58,8%	13	81,3%	65	80,2%	74	52,5%	101	69,2%	71	56,3%	172	63,2%
Non Risponde	14	41,2%	3	18,8%	16	19,8%	67	47,5%	45	30,8%	55	43,7%	100	36,8%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 16: Aperture/Chiusure Stabilimenti

D18 Negli ultimi 3 anni (dal 2010 al 2012 compreso) la sua impresa ha (o è in procinto di) condotto/condurre una delle seguenti operazioni (consentite risposte multiple)																
D18 Stabilimenti Aperti/Chiusi		ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto d'Italia		Totale		Totale Stabilimenti Aperti/Chiusi
		<i>impr</i>	%	<i>impr</i>	%	<i>impr</i>	%	<i>impr</i>	%	<i>impr</i>	%	<i>impr</i>	%	<i>impr</i>	%	
Aperto nuovi stabilimenti produttivi in Piemonte	No	2	100,0%	6	100,0%	14	73,7%	13	76,5%	14	60,9%	21	100,0%	35	79,5%	9
	Si	0	0,0%	0	0,0%	5	26,3%	4	23,5%	9	39,1%	0	0,0%	9	20,5%	
Aperto nuovi stabilimenti produttivi in Abruzzo	No	2	100,0%	4	66,7%	19	100,0%	15	88,2%	23	96,8%	17	81,0%	40	90,9%	4
	Si	0	0,0%	2	33,3%	0	0,0%	2	11,8%	0	3,2%	4	19,0%	4	9,1%	
Aperto nuovi stabilimenti produttivi nel resto d'Italia	No	2	100,0%	6	100,0%	15	78,9%	16	94,1%	23	100,0%	16	76,2%	39	88,6%	5
	Si	0	0,0%	0	0,0%	4	21,1%	1	5,9%	0	0,0%	5	23,8%	5	11,4%	
Aperto nuovi stabilimenti produttivi all'estero	nessuno	1	50,0%	3	50,0%	7	36,8%	12	70,6%	15	65,2%	11	52,4%	29	65,9%	15
	1	1	50,0%	2	33,3%	10	52,6%	5	29,4%	6	26,1%	9	42,9%	15	34,1%	
	2	0	0,0%	1	16,7%	1	5,3%	0	0,0%	2	8,7%	0	0,0%	2	4,5%	
	3	0	0,0%	0	0,0%	1	5,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	1	2,3%	
Totale Aperti															40	
Chiuso stabilimenti produttivi in Piemonte	nessuno	1	50,0%	6	100,0%	18	94,7%	15	88,2%	19	82,6%	21	100,0%	40	90,9%	4
	1	1	50,0%	0	0,0%	1	5,3%	2	11,8%	4	17,4%	0	0,0%	4	9,1%	
Chiuso stabilimenti produttivi in Abruzzo	nessuno	2	100,0%	6	100,0%	19	100,0%	17	100,0%	23	100,0%	21	100,0%	44	100,0%	0
	1	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
Chiuso stabilimenti produttivi nel resto d'Italia	nessuno	2	100,0%	5	83,3%	18	94,7%	16	94,1%	21	91,3%	20	95,2%	41	93,2%	3
	1	0	0,0%	1	16,7%	1	5,3%	1	5,9%	2	8,7%	1	4,8%	3	6,8%	
Chiuso stabilimenti produttivi all'estero	nessuno	2	100,0%	4	66,7%	18	94,7%	15	88,2%	21	91,3%	18	85,7%	39	88,6%	5
	1	0	0,0%	2	33,3%	1	5,3%	2	11,8%	2	8,7%	3	14,3%	5	11,4%	
Totale Chiusi															12	
Non Risponde		32	94,1%	10	62,5%	62	76,5%	124	87,9%	123	84,2%	105	83,3%	228	83,8%	
Rispondenti		2	5,9%	6	37,5%	19	23,5%	17	12,1%	23	15,8%	21	16,7%	44	16,2%	SALDO Aperti - Chiusi
Totale intervistati		34		16		81		141		146		126		272		28

Tabella 17: Ordinativi Nazionali

D18 Nei primi 3 mesi del 2012 (rispetto allo stesso periodo 2011) quale è stato l'andamento degli ordinativi nazionali per la vostra impresa? (una sola risposta possibile)														
<i>D18 Ordinativi nazionali</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Flessione superiore al 10%	7	25,0%	4	30,8%	21	31,3%	44	38,6%	40	32,5%	36	36,4%	76	34,2%
Flessione fra il 5 ed il 10%	3	10,7%	2	15,4%	15	22,4%	15	13,2%	18	14,6%	17	17,2%	35	15,8%
Flessione fra lo 0 ed il 5%	4	14,3%	4	30,8%	13	19,4%	20	17,5%	24	19,5%	17	17,2%	41	18,5%
Crescita fra lo 0 ed il 5%	5	17,9%	1	7,7%	8	11,9%	17	14,9%	21	17,1%	10	10,1%	31	14,0%
Crescita fra il 5 ed il 10%	4	14,3%	0	0,0%	4	6,0%	7	6,1%	8	6,5%	7	7,1%	15	6,8%
Crescita superiore al 10%	5	17,9%	2	15,4%	6	9,0%	11	9,6%	12	9,8%	12	12,1%	24	10,8%
Non rispondenti	6	17,6%	3	18,8%	14	17,3%	27	19,1%	23	15,8%	27	21,4%	50	18,4%
Rispondenti	28	82,4%	13	81,3%	67	82,7%	114	80,9%	123	84,2%	99	78,6%	222	81,6%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 18: Ordinativi Esteri

D18 Nei primi 3 mesi del 2012 (rispetto allo stesso periodo 2011) quale è stato l'andamento degli ordinativi esteri per la vostra impresa? (una sola risposta possibile)														
<i>D18 Ordinativi esteri</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Flessione superiore al 10%	6	25,0%	2	20,0%	10	16,7%	17	21,5%	18	17,0%	17	25,4%	35	20,2%
Flessione fra il 5 ed il 10%	2	8,3%	2	20,0%	8	13,3%	12	15,2%	15	14,2%	9	13,4%	24	13,9%
Flessione fra lo 0 ed il 5%	3	12,5%	1	10,0%	12	20,0%	16	20,3%	21	19,8%	11	16,4%	32	18,5%
Crescita fra lo 0 ed il 5%	6	25,0%	1	10,0%	12	20,0%	16	20,3%	23	21,7%	12	17,9%	35	20,2%
Crescita fra il 5 ed il 10%	2	8,3%	3	30,0%	10	16,7%	7	8,9%	12	11,3%	10	14,9%	22	12,7%
Crescita superiore al 10%	5	20,8%	1	10,0%	8	13,3%	11	13,9%	17	16,0%	8	11,9%	25	14,5%
Non rispondenti	10	29,4%	6	37,5%	21	25,9%	62	44,0%	40	27,4%	59	46,8%	99	36,4%
Rispondenti	24	70,6%	10	62,5%	60	74,1%	79	56,0%	106	72,6%	67	53,2%	173	63,6%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 19: Dipendenti

D19 Nel 2010 quanti addetti (fra dipendenti, collaboratori, apprendisti, ...) in totale (automotive e non) hanno lavorato per la sua azienda (e non per la holding o il gruppo)?														
<i>D19 Dipendenti Totali</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
meno di 10 dipendenti	8	27,6%	2	13,3%	12	16,2%	33	26,2%	15	11,5%	40	35,4%	55	22,5%
tra 11 e 49 dipendenti	11	37,9%	5	33,3%	24	32,4%	56	44,4%	55	42,0%	41	36,3%	96	39,3%
tra 50 e 249 dipendenti	7	24,1%	4	26,7%	23	31,1%	30	23,8%	44	33,6%	20	17,7%	64	26,2%
più di 250 dipendenti	3	10,3%	4	26,7%	15	20,3%	7	5,6%	17	13,0%	12	10,6%	29	11,9%
Non Rispondenti	5	14,7%	1	6,3%	7	8,6%	15	10,6%	15	10,3%	13	10,3%	28	10,3%
Rispondenti	29	85,3%	15	93,8%	74	91,4%	126	89,4%	131	89,7%	113	89,7%	244	89,7%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	
<i>D19 Dipendenti Estero</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
nessuno	12	66,7%	5	55,6%	33	71,7%	48	82,8%	43	68,3%	55	80,9%	98	74,8%
meno di 10 dipendenti	6	33,3%	2	22,2%	7	15,2%	6	10,3%	14	22,2%	7	10,3%	21	16,0%
tra 11 e 49 dipendenti	0	0,0%	0	0,0%	2	4,3%	1	1,7%	2	3,2%	1	1,5%	3	2,3%
tra 50 e 249 dipendenti	0	0,0%	2	22,2%	1	2,2%	2	3,4%	4	6,3%	1	1,5%	5	3,8%
più di 250 dipendenti	0	0,0%	0	0,0%	3	6,5%	1	1,7%	0	0,0%	4	5,9%	4	3,1%
Non Rispondenti	16	47,1%	7	43,8%	35	43,2%	83	58,9%	83	56,8%	58	46,0%	141	51,8%
Rispondenti	18	52,9%	9	56,3%	46	56,8%	58	41,1%	63	43,2%	68	54,0%	131	48,2%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

<i>D19 Dipendenti Piemonte</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
nessuno	7	30,4%	4	33,3%	22	37,9%	29	31,2%	2	1,7%	60	87,0%	62	33,3%
meno di 10 dipendenti	4	17,4%	1	8,3%	6	10,3%	7	7,5%	13	11,1%	5	7,2%	18	9,7%
tra 11 e 49 dipendenti	9	39,1%	3	25,0%	12	20,7%	29	31,2%	53	45,3%	0	0,0%	53	28,5%
tra 50 e 249 dipendenti	1	4,3%	3	25,0%	11	19,0%	26	28,0%	38	32,5%	3	4,3%	41	22,0%
più di 250 dipendenti	2	8,7%	1	8,3%	7	12,1%	2	2,2%	11	9,4%	1	1,4%	12	6,5%
Non Rispondenti	11	32,4%	4	25,0%	23	28,4%	48	34,0%	29	19,9%	57	45,2%	86	31,6%
Rispondenti	23	67,6%	12	75,0%	58	71,6%	93	66,0%	117	80,1%	69	54,8%	186	68,4%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	
<i>D19 Dipendenti Abruzzo</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto d'Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
nessuno	14	87,5%	4	66,7%	14	35,9%	14	24,6%	47	97,9%	55	78,6%	102	54,8%
meno di 10 dipendenti	1	6,3%	0	0,0%	1	2,6%	1	1,8%	0	0,0%	7	10,0%	7	3,8%
tra 11 e 49 dipendenti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	4,3%	3	1,6%
tra 50 e 249 dipendenti	1	6,3%	1	16,7%	1	2,6%	1	1,8%	0	0,0%	3	4,3%	3	1,6%
più di 250 dipendenti	0	0,0%	1	16,7%	0	0,0%	0	0,0%	1	2,1%	2	2,9%	3	1,6%
Non Rispondenti	18	52,9%	10	62,5%	42	51,9%	84	59,6%	98	67,1%	56	44,4%	154	56,6%
Rispondenti	16	47,1%	6	37,5%	39	48,1%	57	40,4%	48	32,9%	70	55,6%	118	43,4%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 20: Variazione fatturato totale 2010-2011

D20 Nel 2011 rispetto al 2010 il fatturato totale (automotive e non) della vostra azienda (non il gruppo) è aumentato o diminuito del (indicare la variazione percentuale in positivo o in negativo):

<i>D20 Variazione Fatturato Totale</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Diminuzione superiore a 51%	1	3,3%	0	0,0%	1	1,5%	2	1,8%	3	2,5%	1	1,0%	4	1,8%
Diminuzione dal 21% al 50%	3	10,0%	1	9,1%	6	9,0%	9	8,0%	8	6,6%	11	11,1%	19	8,6%
Diminuzione dall'11% al 20%	3	10,0%	2	18,2%	4	6,0%	7	6,2%	7	5,7%	9	9,1%	16	7,2%
Diminuzione dall'1% al 10%	3	10,0%	2	18,2%	9	13,4%	17	15,0%	14	11,5%	17	17,2%	31	14,0%
Fatturato invariato	2	6,7%	0	0,0%	4	6,0%	6	5,3%	8	6,6%	4	4,0%	12	5,4%
Aumento dall'1% al 10%	4	13,3%	5	45,5%	23	34,3%	27	23,9%	36	29,5%	23	23,2%	59	26,7%
Aumento dall'11% al 20%	3	10,0%	0	0,0%	8	11,9%	21	18,6%	20	16,4%	12	12,1%	32	14,5%
Aumento dal 21% al 50%	6	20,0%	0	0,0%	11	16,4%	22	19,5%	22	18,0%	17	17,2%	39	17,6%
Aumento più del 50%	5	16,7%	1	9,1%	1	1,5%	2	1,8%	4	3,3%	5	5,1%	9	4,1%
Non Rispondenti	4	11,8%	5	31,3%	14	17,3%	28	19,9%	24	16,4%	27	21,4%	51	18,8%
Rispondenti	30	88,2%	11	68,8%	67	82,7%	113	80,1%	122	83,6%	99	78,6%	221	81,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 21: Variazione fatturato automotive 2010-2011

D21 Sempre nel 2011, rispetto al 2010 il vostro fatturato solo automotive (non il gruppo) è aumentato o diminuito del (indicare la variazione percentuale in positivo o in negativo):

<i>D21 Variazione Fatturato Auto</i>	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Diminuzione superiore a 51%	1	3,3%	0	0,0%	1	1,6%	3	2,8%	3	2,5%	2	2,2%	5	2,3%
Diminuzione dal 21% al 50%	4	13,3%	1	10,0%	5	7,8%	9	8,3%	9	7,4%	10	10,9%	19	8,9%
Diminuzione dall'11% al 20%	3	10,0%	1	10,0%	4	6,3%	11	10,1%	11	9,1%	8	8,7%	19	8,9%
Diminuzione dall'1% al 10%	2	6,7%	1	10,0%	10	15,6%	20	18,3%	17	14,0%	16	17,4%	33	15,5%
Fatturato invariato	2	6,7%	1	10,0%	4	6,3%	5	4,6%	7	5,8%	5	5,4%	12	5,6%
Aumento dall'1% al 10%	5	16,7%	4	40,0%	23	35,9%	27	24,8%	38	31,4%	21	22,8%	59	27,7%
Aumento dall'11% al 20%	4	13,3%	0	0,0%	9	14,1%	15	13,8%	15	12,4%	13	14,1%	28	13,1%

Aumento dal 21% al 50%	3	10,0%	0	0,0%	6	9,4%	15	13,8%	11	9,1%	13	14,1%	24	11,3%
Aumento più del 50%	6	20,0%	2	20,0%	2	3,1%	4	3,7%	10	8,3%	4	4,3%	14	6,6%
Non Rispondenti	4	11,8%	6	37,5%	17	21,0%	32	22,7%	25	17,1%	34	27,0%	59	21,7%
Rispondenti	30	88,2%	10	62,5%	64	79,0%	109	77,3%	121	82,9%	92	73,0%	213	78,3%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 22: Classi di Fatturato 2011

D22 Sempre nel 2011 quale è stato il fatturato complessivo (automotive e non) della sua azienda (non il gruppo)? (indicare il valore assoluto in euro):

D22 FATTURATO 2011	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Inferiore a 200 mila euro	2	7,4%	0	0,0%	3	4,8%	4	4,0%	1	0,9%	8	9,1%	9	4,5%
Da 200 mila a 800 mila euro	3	11,1%	0	0,0%	5	8,1%	16	16,0%	6	5,4%	18	20,5%	24	12,1%
Da 800 mila a 2 milioni di €	5	18,5%	0	0,0%	9	14,5%	12	12,0%	14	12,6%	12	13,6%	26	13,1%
Da 2 a 5 milioni di €	7	25,9%	1	10,0%	7	11,3%	28	28,0%	28	25,2%	15	17,0%	43	21,6%
Da 5 a 10 milioni di €	2	7,4%	1	10,0%	8	12,9%	6	6,0%	11	9,9%	6	6,8%	17	8,5%
Da 10 a 25 milioni di €	4	14,8%	4	40,0%	16	25,8%	23	23,0%	29	26,1%	18	20,5%	47	23,6%
Da 25 a 50 milioni di €	2	7,4%	0	0,0%	3	4,8%	4	4,0%	7	6,3%	2	2,3%	9	4,5%
Da 50 a 75 milioni di €	0	0,0%	0	0,0%	2	3,2%	3	3,0%	4	3,6%	1	1,1%	5	2,5%
Da 75 a 100 milioni di €	0	0,0%	1	10,0%	1	1,6%	1	1,0%	2	1,8%	1	1,1%	3	1,5%
Oltre 100 milioni di euro	2	7,4%	3	30,0%	8	12,9%	3	3,0%	9	8,1%	7	8,0%	16	8,0%
Non Rispondenti	7	20,6%	6	37,5%	19	23,5%	41	29,1%	35	24,0%	38	30,2%	73	26,8%
Rispondenti	27	79,4%	10	62,5%	62	76,5%	100	70,9%	111	76,0%	88	69,8%	199	73,2%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 23: Appartenenza a Gruppi industriali

D23 La vostra impresa appartiene a un gruppo?														
D23 Gruppi	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.
No, è un'azienda indipendente a controllo individuale	20	64,5%	1	7,1%	38	55,1%	86	76,1%	78	62,4%	67	65,7%	145	63,9%
No, è un'azienda indipendente ad azionariato diffuso	1	3,2%	2	14,3%	6	8,7%	7	6,2%	5	4,0%	11	10,8%	16	7,0%
Si, è controllata da gruppo estero (Filiale di gruppo Estero), con autonomia strategico-decisionale	0	0,0%	2	14,3%	10	14,5%	3	2,7%	9	7,2%	6	5,9%	15	6,6%
Si, è controllata da gruppo estero (Filiale di gruppo Estero), senza autonomia strategico-decisionale	2	6,5%	5	35,7%	6	8,7%	5	4,4%	11	8,8%	7	6,9%	18	7,9%
Si, è controllata da gruppo italiano (Filiale di gruppo Italiano)	4	12,9%	1	7,1%	3	4,3%	9	8,0%	12	9,6%	5	4,9%	17	7,5%
Si, è la controllante	4	12,9%	3	21,4%	6	8,7%	3	2,7%	10	8,0%	6	5,9%	16	7,0%
Non Rispondenti	3	8,8%	2	12,5%	12	14,8%	28	19,9%	21	14,4%	24	19,0%	45	16,5%
Rispondenti	31	91,2%	14	87,5%	69	85,2%	113	80,1%	125	85,6%	102	81,0%	227	83,5%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 24: Collaborazioni

D24 Rispetto alle collaborazioni e in generale ai rapporti con le altre imprese, negli ultimi 3 anni (dal 2010 al 2012 compreso) la vostra impresa ha dato vita (o la darà nei prossimi mesi) a una delle seguenti azioni? (possibili risposte multiple)														
D24 Collaborazioni	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.	impr	% sui risp.
Ha attivato collaborazioni di tipo commerciale	7	31,8%	5	45,5%	19	39,6%	20	38,5%	28	47,5%	23	31,1%	51	38,3%
Ha attivato collaborazioni di tipo produttivo	6	27,3%	6	54,5%	14	29,2%	19	36,5%	17	28,8%	28	37,8%	45	33,8%
Ha attivato collaborazioni riguardanti progetti di R&S	12	54,5%	4	36,4%	16	33,3%	13	25,0%	29	49,2%	16	21,6%	45	33,8%
Ha acquistato (anche parzialmente) un'altra impresa italiana	4	18,2%	2	18,2%	10	20,8%	2	3,8%	8	13,6%	10	13,5%	18	13,5%
Ha acquistato (anche parzialmente) un'altra impresa estera	0	0,0%	2	18,2%	5	10,4%	0	0,0%	2	3,4%	5	6,8%	7	5,3%
E' stata acquisita (anche parzialmente) da un'altra impresa italiana	1	4,5%	0	0,0%	2	4,2%	0	0,0%	1	1,7%	2	2,7%	3	2,3%
E' stata acquisita (anche parzialmente) da un'altra impresa estera	2	9,1%	0	0,0%	0	0,0%	2	3,8%	2	3,4%	2	2,7%	4	3,0%

Altri tipi di collaborazione	1	4,5%	0	0,0%	7	14,6%	12	23,1%	5	8,5%	15	20,3%	20	15,0%
Non rispondenti	12	35,3%	5	31,3%	33	40,7%	89	63,1%	87	59,6%	52	41,3%	139	51,1%
Rispondenti	22	64,7%	11	68,8%	48	59,3%	52	36,9%	59	40,4%	74	58,7%	133	48,9%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	

Tabella 25: Cassa Integrazione

D25 Dal 2008 ad oggi la vostra impresa ha fatto ricorso alla Cassa Integrazione (ordinaria, straordinaria, in deroga)														
D25 CIG	ED		OEM		SPEC		SUB		Piemonte		Resto Italia		Totale	
	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>	<i>impr</i>	<i>% sui risp.</i>
Per niente	16	51,6%	3	20,0%	23	32,9%	40	35,7%	31	25,0%	51	49,0%	82	36,0%
Poco	7	22,6%	7	46,7%	25	35,7%	33	29,5%	43	34,7%	29	27,9%	72	31,6%
Abbastanza	5	16,1%	1	6,7%	15	21,4%	26	23,2%	27	21,8%	20	19,2%	47	20,6%
Molto	3	9,7%	4	26,7%	7	10,0%	13	11,6%	23	18,5%	4	3,8%	27	11,8%
Non rispondenti	3	8,8%	1	6,3%	11	13,6%	29	20,6%	22	15,1%	22	17,5%	44	16,2%
Rispondenti	31	91,2%	15	93,8%	70	86,4%	112	79,4%	124	84,9%	104	82,5%	228	83,8%
Totale intervistati	34		16		81		141		146		126		272	