



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

OSSERVATORIO
SULLA COMPONENTISTICA
AUTOVEICOLISTICA ITALIANA 2004

A cura di Giuseppe D’Agostino e
step@e-step.it



Luca Sanlorenzo –

Con la collaborazione di Daniele Robiglio.

Si ringraziano per la disponibilità e la collaborazione tutti coloro che, fornendo dati, informazioni e valutazioni, hanno contribuito alla redazione del rapporto. La responsabilità di quanto pubblicato e di eventuali omissioni e inesattezze resta comunque interamente degli autori.

INDICE

<u>INDICE</u>	3
<u>Premessa</u>	5
<u>PARTE PRIMA – IL MERCATO AUTOVEICOLISTICO</u>	7
<u>1. IL MERCATO MONDIALE - PRODUZIONE E DOMANDA DI AUTO E VEICOLI INDUSTRIALI E COMMERCIALI</u>	7
<u>1.1 CONTESTO MACROECONOMICO</u>	7
<u>1.2 LA PRODUZIONE AUTOVEICOLARE</u>	7
<u>1.3 LA DOMANDA</u>	15
<u>1.4 NOTIZIE DAI PRINCIPALI MERCATI EUROPEI</u>	17
<u>2. IL MERCATO ITALIANO - PRODUZIONE E DOMANDA DI AUTO E VEICOLI INDUSTRIALI E COMMERCIALI</u>	19
<u>2.1 LA PRODUZIONE</u>	19
<u>2.2 LA DOMANDA</u>	20
<u>3. I MERCATI EMERGENTI: OPPORTUNITA' E RISCHI DELLA CINA</u> ..	23
<u>PARTE SECONDA – ALCUNE TENDENZE NELL'AUTOMOTIVE</u>	28
<u>4. ALCUNE TENDENZE NEL SETTORE AUTOVEICOLISTICO E IL LORO IMPATTO SUI COMPONENTISTI</u>	28
<u>PARTE TERZA – I NUMERI DELLA COMPONENTISTICA</u>	34
<u>5 NOTIZIE DAI MERCATI</u>	34
<u>5.1 I principali paesi produttori</u>	34
<u>5.2 I principali componentisti</u>	38
<u>6 IL MERCATO ITALIANO DEI COMPONENTI</u>	54
<u>6.1 L'inquadramento congiunturale italiano</u>	55
<u>6.2 La produzione italiana di componenti e il commercio internazionale</u>	57
<u>6.3 L'evoluzione del settore: dati dalla survey</u>	71
<u>6.4 Le opinioni dei protagonisti</u>	85
<u>7 LA COMPONENTISTICA PIEMONTESE</u>	101
<u>7.1 Il quadro di riferimento</u>	101

7.2 I numeri del Piemonte	101
7.3 Il commercio internazionale	103
7.4 Indicazioni sull'andamento della produzione regionale	106
PARTE QUARTA – IL DIARIO DEL 2003-2004	114
NOTA METODOLOGICA SULLA COSTRUZIONE DEL DATASET	121
APPENDICE STATISTICA	123
NOTE	129
QUESTIONARIO	132

Premessa

L'ottava edizione dell'Osservatorio della Componentistica Autoveicolistica italiana pubblicato dalla Camera di Commercio di Torino, prosegue l'evoluzione avviata nell'edizione passata, che vuole una struttura dinamica, sempre più incentrata sulle imprese della componentistica e sulle interazioni con i mercati internazionali.

In quest'ottica di continua evoluzione ed arricchimento abbiamo introdotto una newsletter periodica sulla componentistica, con l'obiettivo di raccogliere e trasmettere le notizie di attualità che troverete in parte rielaborate in questo rapporto, che ha invece l'obiettivo di approfondire in modo più completo ed analitico l'andamento del mercato nell'anno passato e di leggere i trend futuri.

Inoltre il rapporto si è arricchito di una sezione incentrata sulla descrizione dei principali componentisti mondiali.

La novità più rilevante è tuttavia costituita dal questionario che abbiamo indirizzato alle principali imprese della componentistica e della subfornitura nei segmenti auto e veicoli commerciali leggeri; veicoli industriali e commerciali; bus e pullman. Il questionario insieme alle statistiche sul commercio internazionale, ha costituito la base dati per l'analisi dell'andamento del settore e dei suoi principali segmenti nel 2003.

Il rapporto è composto da 4 parti.

La prima è focalizzata sul mercato degli autoveicoli da cui deriva la domanda di parti e componenti per il primo equipaggiamento e con un maggiore ritardo temporale anche di ricambi.

La seconda parte propone alcuni spunti su tendenze nel settore autoveicolistico, che riteniamo possano avere un'importanza rilevante sulla dimensione e sulla natura della domanda di componenti nei prossimi anni.

La terza parte è dedicata al dimensionamento del settore della componentistica europea, italiana e piemontese.

Si compone di tre sezioni. La prima raccoglie le limitate informazioni pubbliche sulle dimensioni dei principali mercati europei e propone una lettura dell'andamento settoriale sulla base della lettura sull'andamento delle quotazioni dei (pochi) componentisti europei quotati e delle brevi schede relative all'attività dei global player internazionali e italiani. La seconda, il cuore del rapporto è incentrata sulla descrizione quantitativa e qualitativa della produzione italiana, sia attraverso dati di fonte statistica, sia attraverso le informazioni della survey; ed è inoltre arricchita da un riassunto ragionato di un set di interviste a testimoni qualificati del settore. La terza, dedicata alla componentistica piemontese, unisce alle "tradizionali" informazioni statistiche relative all'interscambio di componenti, alcune considerazioni tratte da una lettura "piemontese" dei risultati della survey.

La quarta parte contiene un diario dei principali eventi del settore a livello mondiale nel periodo 2003-2004, che integra e completa il resto del rapporto.

PARTE PRIMA – IL MERCATO AUTOVEICOLISTICO

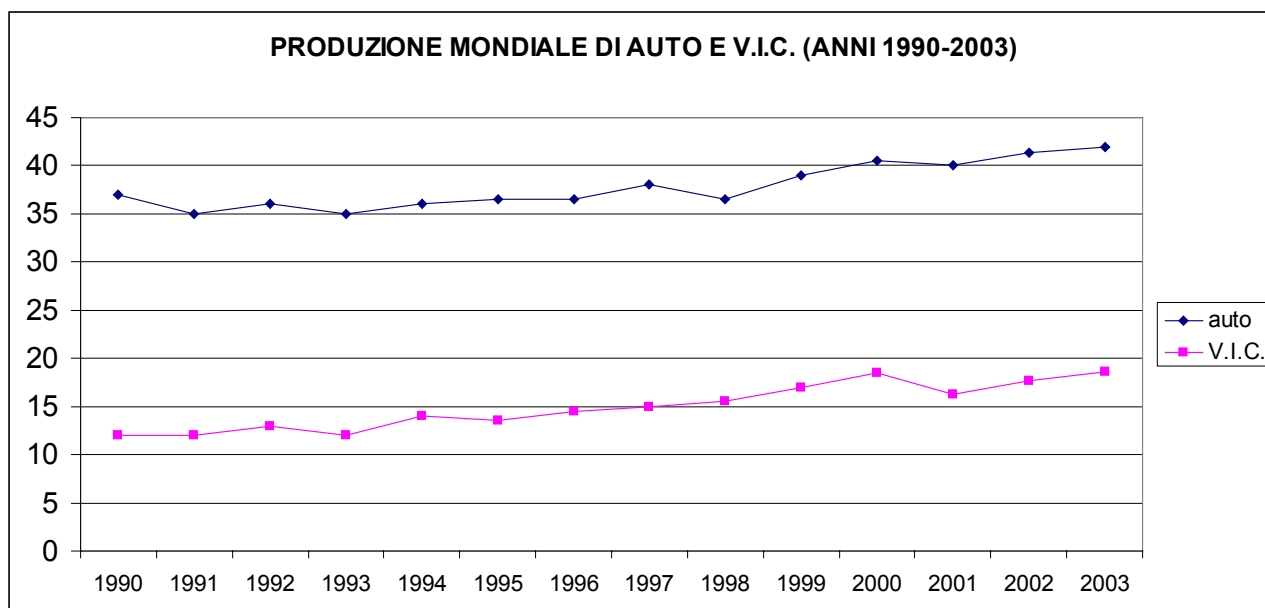
1. IL MERCATO MONDIALE - PRODUZIONE E DOMANDA DI AUTO E VEICOLI INDUSTRIALI E COMMERCIALI

1.1 CONTESTO MACROECONOMICO

L'economia internazionale, nonostante le previsioni di ripresa per il 2003, si è trovata ancora in uno stato di stasi e di incertezza. Il conflitto iracheno, lo scenario di guerra nell'area medio orientale e il timore di nuovi eventi terroristici hanno rallentato l'effetto propulsivo degli incentivi alla ripresa stanziati dai principali Paesi. Inoltre il deprezzamento del dollaro nei confronti dell'euro ha fortemente condizionato il contesto macroeconomico mondiale. Il processo di ripresa manifestatosi nell'ultimo trimestre del 2003 in Asia, nel Nord America e in Gran Bretagna sta coinvolgendo anche l'Europa Continentale, facendo prevedere tassi di crescita più significativi per il 2004 nei Paesi industrializzati. Per quanto riguarda l'Europa, se si eccettua la Gran Bretagna che ha dato segni di crescita positivi, si sta materializzando un'Unione Europea a due velocità, con le principali economie – Germania, Francia, Italia – in condizioni di semistagnazione, mentre i sistemi economici dei Paesi più piccoli, prevalentemente dell'Est Europa, manifestano una maggiore vivacità.

1.2 LA PRODUZIONE AUTOVEICOLARE

Il 2003 segna un aumento nella produzione mondiale di autoveicoli del 2,7% superando il tetto di 60 milioni di unità. La produzione di auto è stata di 42 milioni di unità, con un incremento del 1,4%, mentre la produzione di veicoli industriali e commerciali (VIC) è stata di 18,5 milioni con un aumento ancor più significativo (+5,7%).



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

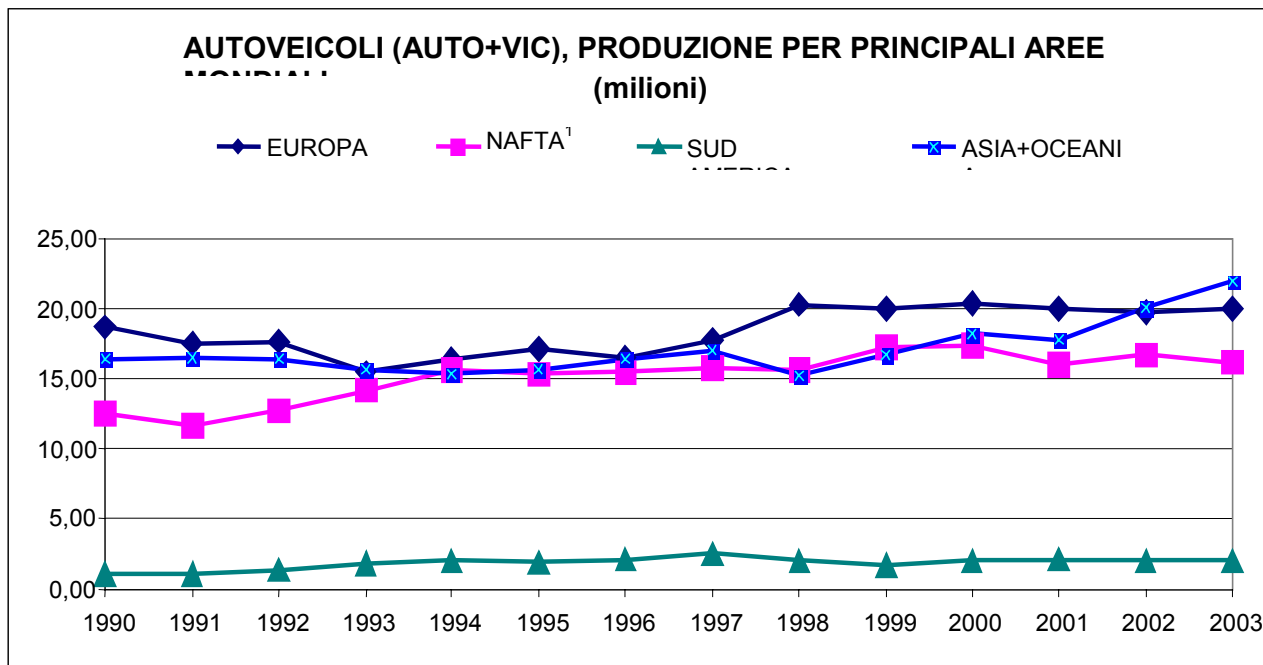
Il 2003 non ha presentato delle significative variazioni rispetto al 2002 nei trend produttivi mondiali, ma ha confermato una crescita che permane da un decennio, con la sola battuta d'arresto del 2001.

Lo sviluppo automobilistico mondiale dunque non si ferma neanche nei periodi di crisi, perché sostenuto dall'insostituibilità del trasporto su strada nella mobilità individuale e in quella delle merci. L'apertura dei mercati, le delocalizzazioni, la sempre minor coincidenza tra le aree dei consumi e quella delle produzioni industriali, l'accesso al benessere di aree in forte sviluppo, la congestione del traffico stradale e delle aree metropolitane, ma anche le nuove e sempre più restrittive normative internazionali indirizzate alla riduzione delle emissioni nocive e dei consumi, la ricerca dell'implementazione di nuovi propellenti, costituiscono un volano della crescita per le economie delle principali aree di produzione, che attraverso l'industria automobilistica hanno creato valore, hanno generato effetti positivi sulle bilance commerciali e hanno trainato tanti altri settori industriali creando occupazione diretta ed indiretta.

Questo sviluppo tuttavia non solo presenta disomogeneità, ma è oltremodo caratterizzato da continui cambiamenti e contraddizioni.

Dal punto di vista geografico si è delineato uno spostamento dei volumi produttivi dalle aree di più antica tradizione automobilistica, condizionate dalla saturazione dei

mercati e dall'eccesso di capacità produttiva, verso aree nuove, a favore delle quali giocano fattori demografici e di sviluppo economico generale oltre che bassi costi di produzione.

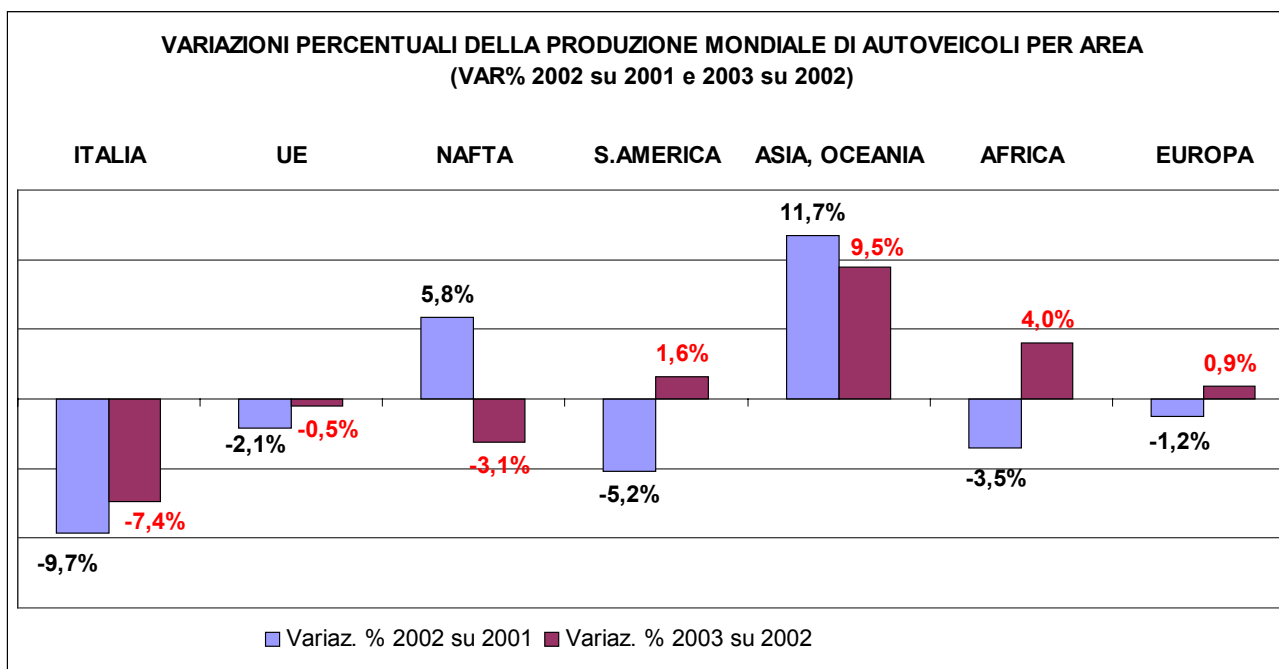


Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

L'analisi della produzione per aree evidenzia che, se il 2002 era stato l'anno dell'accelerazione del processo di riallocazione delle attività produttive nei paesi con i più bassi costi di produzione e con le maggiori potenzialità di sviluppo in termini di bacini d'utenza, il 2003 è stato l'anno della conferma e del consolidamento di questo fenomeno apparentemente inarrestabile. L'Asia dopo aver raggiunto l'Europa nel 2002, ha consolidato la propria leadership mondiale per produzione di autoveicoli (22 milioni di autoveicoli prodotti contro i 20 milioni dell'Europa).

Il dato di crescita globale della produzione di autoveicoli è infatti il risultato dell'effetto combinato di una sostanziale stagnazione nelle economie americane (NAFTA -3,1% nel 2003 contro un +5,8% del 2002) ed europee (UE -0,5% nel 2003 a fronte di un -2,1% del 2002), e di aumenti considerevoli in Asia (+9,5% nel 2003, +11,7% nel 2002).

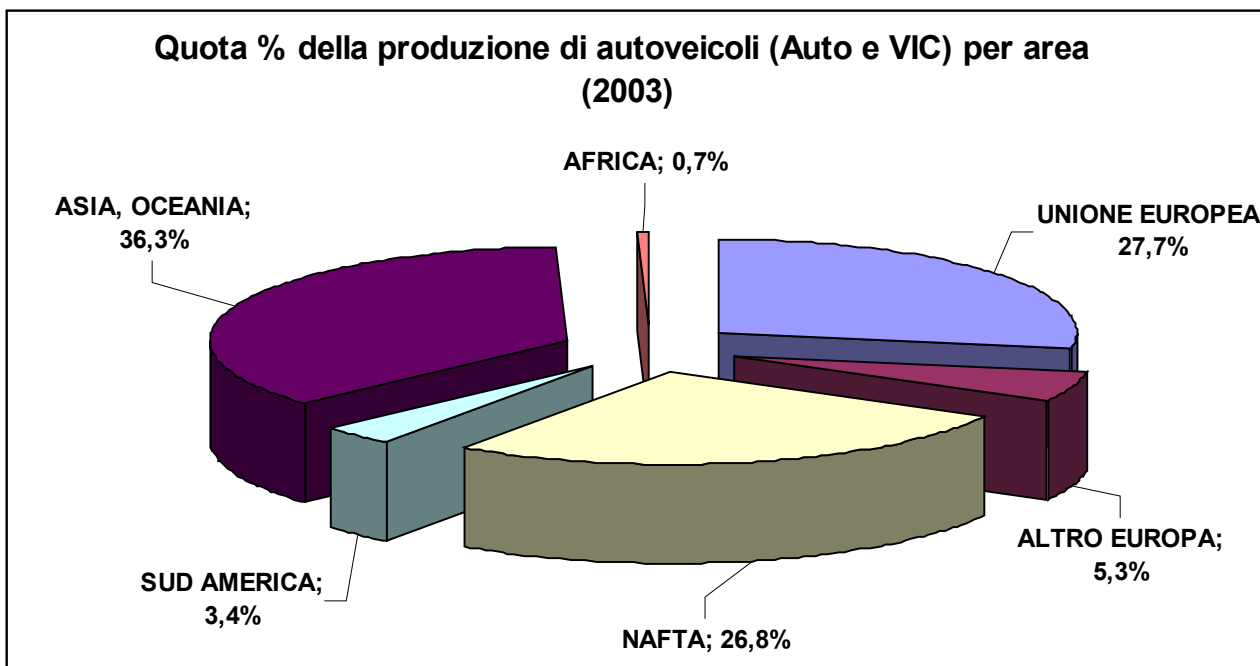
¹ NAFTA= Stati Uniti + Canada + Messico



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

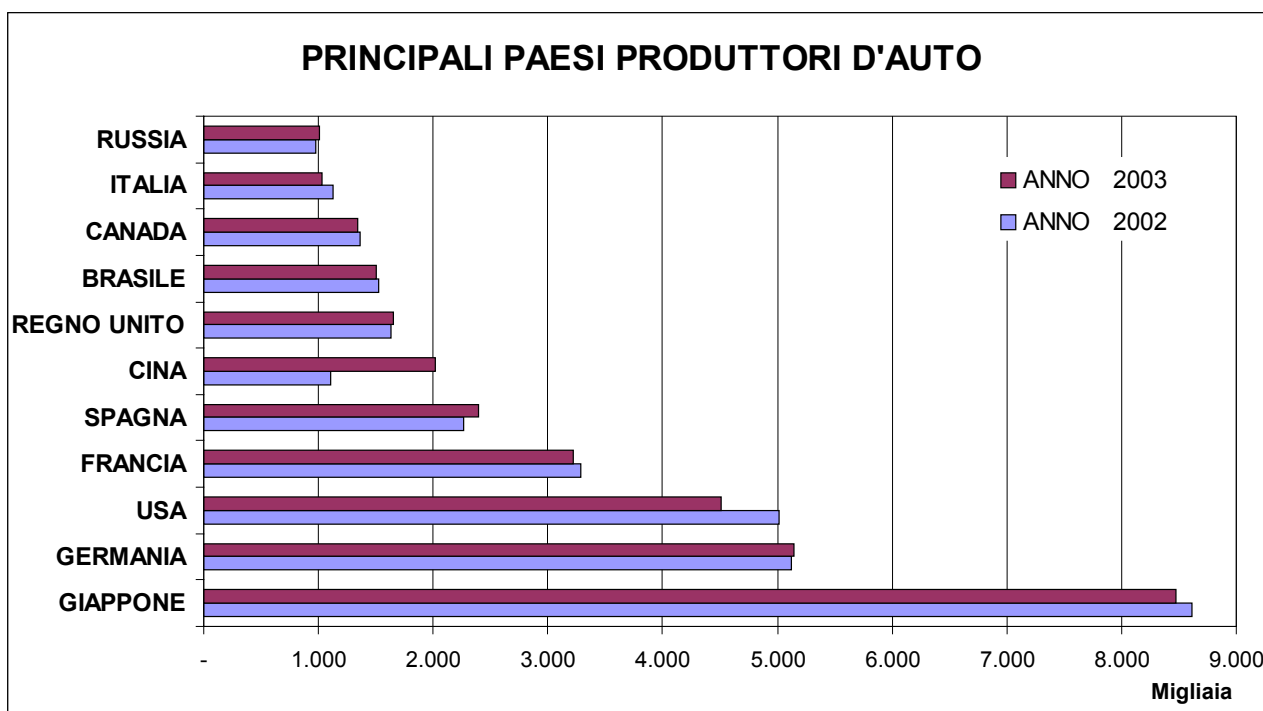
L'Asia ha raggiunto una quota della produzione globale (auto e VIC) pari al 36,3%, contro una quota del 27,7% dell'UE e del 26,8% dell'area Nafta. Oggi la Cina è, da sola, al quarto posto nella classifica mondiale dei paesi produttori di autoveicoli (auto+VIC).

Si registrano segni di ripresa anche dal Sudamerica (+1,6% nel 2003 contro -5,2% nel 2002), effetto di una forte vivacità dei VIC (+18,6%) mentre permangono segni negativi nella produzione auto (-1,8%).



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

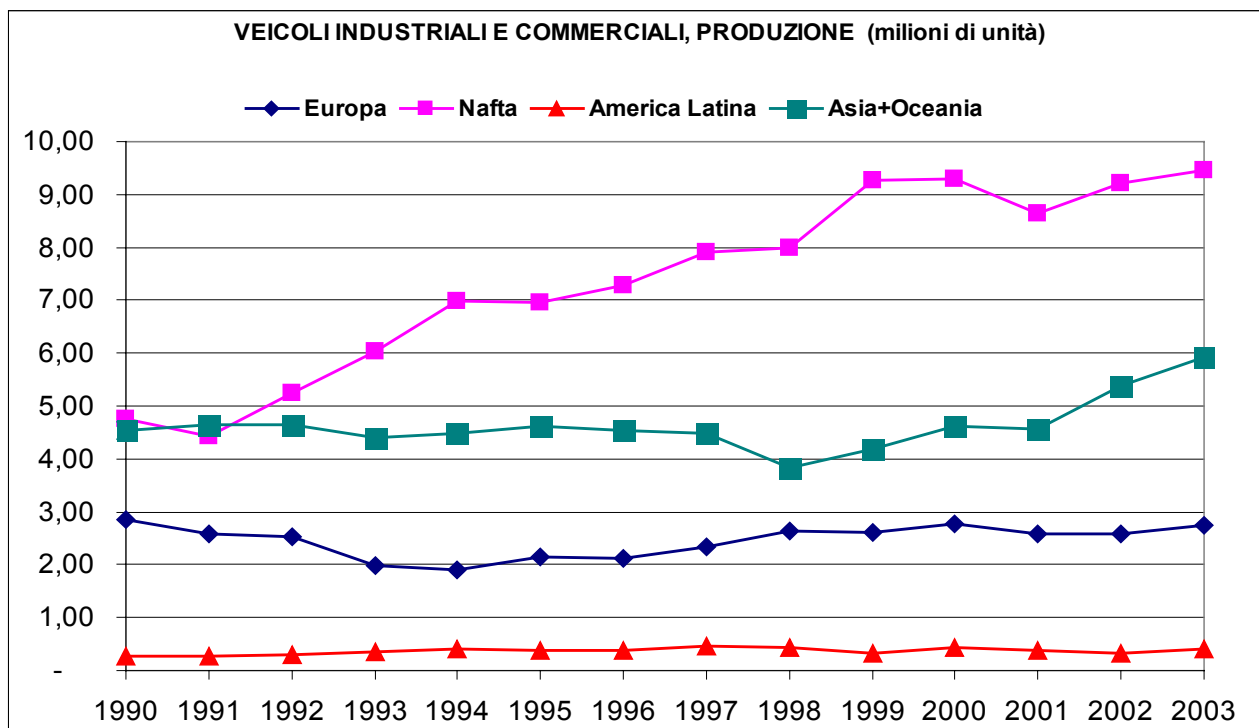
A parte l'Asia, si registra una notevole crescita della produzione di veicoli anche in alcuni paesi dell'Europa Centrale ed Orientale, che nel 2003 è stata complessivamente di 2,6 milioni di unità (+2,7%). In Romania la produzione di auto è cresciuta del 19% e quella dei veicoli commerciali e industriali del 38%, in Russia rispettivamente del 3% e del 12%, e nella Repubblica Slovacca la produzione complessiva è cresciuta del 24,6%. La Turchia, dopo due anni di calo, ha registrato una ripresa della produzione del 54% a quasi 534.000 veicoli, di cui 294.000 auto (+44%) e quasi 234.000 veicoli commerciali e industriali (+ 68%).



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

Guardando separatamente la produzione di auto e di VIC, osserviamo un'unica e assai significativa variazione nella graduatoria dei principali paesi produttori di auto: la Cina, con una crescita sul 2002 del 83,3% e 2 milioni di veicoli prodotti, supera in un solo anno Italia (un milione di veicoli, -8,8%), Canada (1,3 milioni, -2,2%), Brasile (1,5 milioni, -1,1%) e Regno Unito (1,6 milioni, +1,8%), e incalza da vicino la Spagna (2,4 milioni, +5,8%). Il Giappone resta il principale produttore di auto con 8,5 milioni di veicoli, malgrado una flessione del 1,4%; segue la Germania stabile con 5,1 milioni di vetture, gli Stati Uniti con 4,5 milioni (-10%), la Francia con 3,2 milioni (-1,9%) e la Corea del Sud con 2,7 milioni (+4,4%).

Nei VIC, il NAFTA è di gran lunga la principale area di produzione con 9,8 milioni di veicoli (+2,6%), seguita dall'Asia con poco meno di 6 milioni di unità e un tasso di crescita del 10%. L'Europa si conferma al terzo posto con 2,7 milioni di unità ed una crescita del 6,5%; questo dato nasce dall'incremento del 2,2% della produzione dei paesi dell'Unione Europea e dall'incremento del 7,1% dei paesi dell'Europa Centro-Orientale.

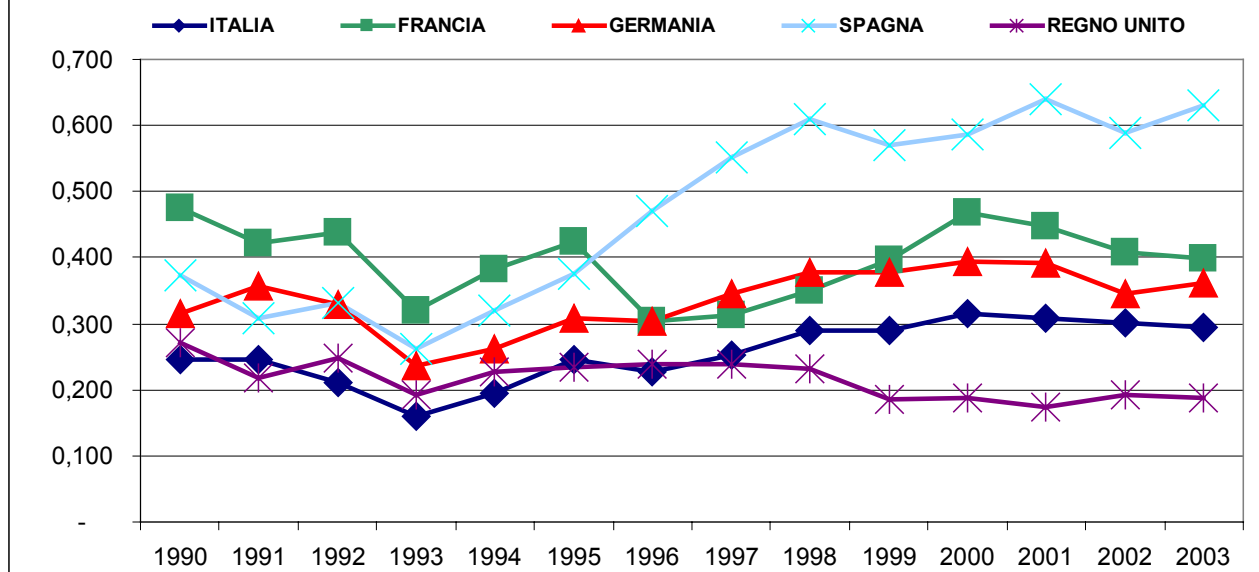


Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

I principali paesi produttori di VIC sono gli Stati Uniti, che, con una crescita nel 2003 del 4,2%, raggiungono la produzione di 7,5 milioni di unità, e, a grande distanza, la Cina con 2,4 milioni di unità e una crescita dell'11%, davanti al Giappone (1,8 milioni in crescita del 10%).

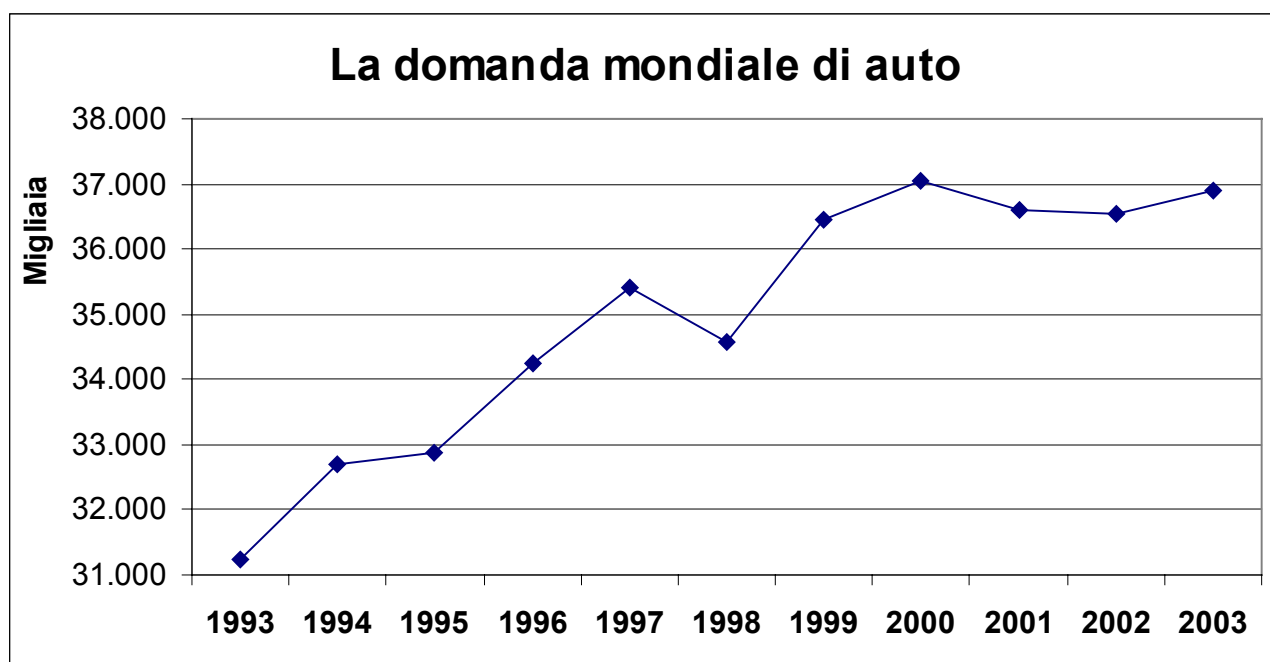
In Europa si conferma paese leader la Spagna con 630 mila unità ed una crescita del 7,1%, seguita dalla Francia, che con una flessione del 2,3% scende sotto le 400 mila, e dalla Germania con 361 veicoli prodotti (+4,4%). L'Italia (-2%) resta al quarto posto con 295 mila unità prodotte, ma è incalzata da vicino dalla Russia (270 mila veicoli) e dalla Turchia (240 mila) che fanno registrare tassi di crescita di rilievo assoluti (rispettivamente del +12% e del +68%).

VEICOLI INDUSTRIALI E COMMERCIALI, PRODUZIONE (MILIONI)



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

1.3 LA DOMANDA



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

Nel 2003 la domanda mondiale di automobili (37 milioni di auto²) è cresciuta dell'1% malgrado una consistente crisi del mercato nordamericano che ha fatto registrare un calo del 6,2%, e dei paesi dell'Unione Europea con un -1,2%. Nell'UE e nell'area Nafta le vendite sono state sostenute da massicci incentivi da parte dei Costruttori. Negli Stati Uniti i "Big Three" (GM, Ford, Chrysler) hanno registrato un ulteriore calo della quota di mercato, mentre è ancora cresciuta quella dei produttori asiatici, in particolare di quelli giapponesi.

Segnali contrastanti arrivano dall'America Centrale e dal Sud America; Brasile e Messico hanno segnato ancora una contrazione rispettivamente del 5% e del 2,7%, mentre l'Argentina sembra intravedere l'uscita dalla profonda crisi economica che

² Il dato non è omogeneo con quanto presentato nelle edizioni precedenti. Ciò è dovuto al cambiamento di fonte. Da quest'anno, i dati di immatricolazione sono di fonte ANFIA. L'assenza di una precisa rilevazione delle immatricolazioni in alcuni mercati minori può creare delle discrepanze nel dato complessivo mondiale. Tali imprecisioni nelle rilevazioni delle immatricolazioni, sono probabilmente all'origine della discrepanza anche tra il dato della domanda e quello della produzione.

l'ha investita negli ultimi quattro anni (-14,9% nel 1999, -17,9% nel 2000, -44,2% nel 2001 e -52,9% nel 2002), mostrando incoraggianti segni di ripresa (+77%), pur da una base ormai piccolissima.

In Europa occidentale, le vendite sono calate dell'1,3% (14,2 milioni di veicoli rispetto ai 14,4 del 2002), principalmente come conseguenza della stagnazione dei paesi di più antica tradizione automobilistica. Al contrario, i mercati dell'Europa Centrale e Orientale hanno dimostrato una forza propulsiva importante per l'industria automobilistica, registrando una crescita non solo nella produzione ma anche nella domanda (+13% sul 2002).

Analizzando in dettaglio le immatricolazioni di auto nei principali paesi dell'Europa occidentale, si osserva una crescita in Austria (+7,4%), Svezia (+2,5%), Spagna (+3,8%) e nel Regno Unito (+0,6%) e un calo in Portogallo (-16%), Danimarca (-14%), Francia (-6,3%), Belgio (-2%), Italia (-1,2%), Svizzera (-0,8%) e Germania (-0,5%). Il Regno Unito ha rafforzato la propria posizione di secondo mercato, con il 18,2% delle vendite, davanti all'Italia (15,8%) e alla Francia (14,1%).

I risultati migliori sono tuttavia venuti dall'Asia, con uno sviluppo consistente su molti mercati. Il mercato cinese, anche nel 2003, si è dimostrato il paese asiatico più dinamico (+71%), pur essendo ancora lontano dal punto di saturazione. Nella vendita di veicoli commerciali e industriali la Cina è diventata il primo mercato mondiale, con 2,4 milioni di unità. In India la vendita di veicoli è cresciuta del 23% a 1,1 milioni, con aumenti del 20% nelle auto e del 34% nei veicoli commerciali e industriali. Forti incrementi delle vendite si sono registrati anche in Thailandia (+31%), Indonesia (+46%) e Filippine (+12%).

1.4 NOTIZIE DAI PRINCIPALI MERCATI EUROPEI

Francia:

In Francia la produzione di auto è stata di 3,2 milioni di auto (-1,9%) e di 400 mila VIC (-2,3%). L'andamento negativo del mercato dell'auto è conseguenza diretta della bassa congiuntura economica e della mancanza di fiducia dei consumatori per l'acquisto di beni importanti. Anche le immatricolazioni di autovetture, infatti, hanno registrato un calo del 6,3% attestandosi a 2.009.254 unità contro le 2.145.071 dello scorso anno, con una perdita di quote di mercato da parte dei costruttori francesi a vantaggio, principalmente, delle marche asiatiche.

Il parco delle autovetture circolanti a fine 2003 è stimato in 29.560.000 unità, con un incremento sull'anno precedente dell'1,4%.

Germania:

La produzione di auto nel 2003 è stata di 5 milioni di unità, in sostanziale equilibrio con la produzione dell'anno precedente (+0,4%). La produzione di VIC ha avuto invece un incremento del 4,4% (361 mila unità). Il risultato è stato ottenuto grazie ad una robusta crescita delle esportazioni dal momento che la domanda interna è stata in leggera flessione (-0,5%), con 3.235.960 immatricolazioni.

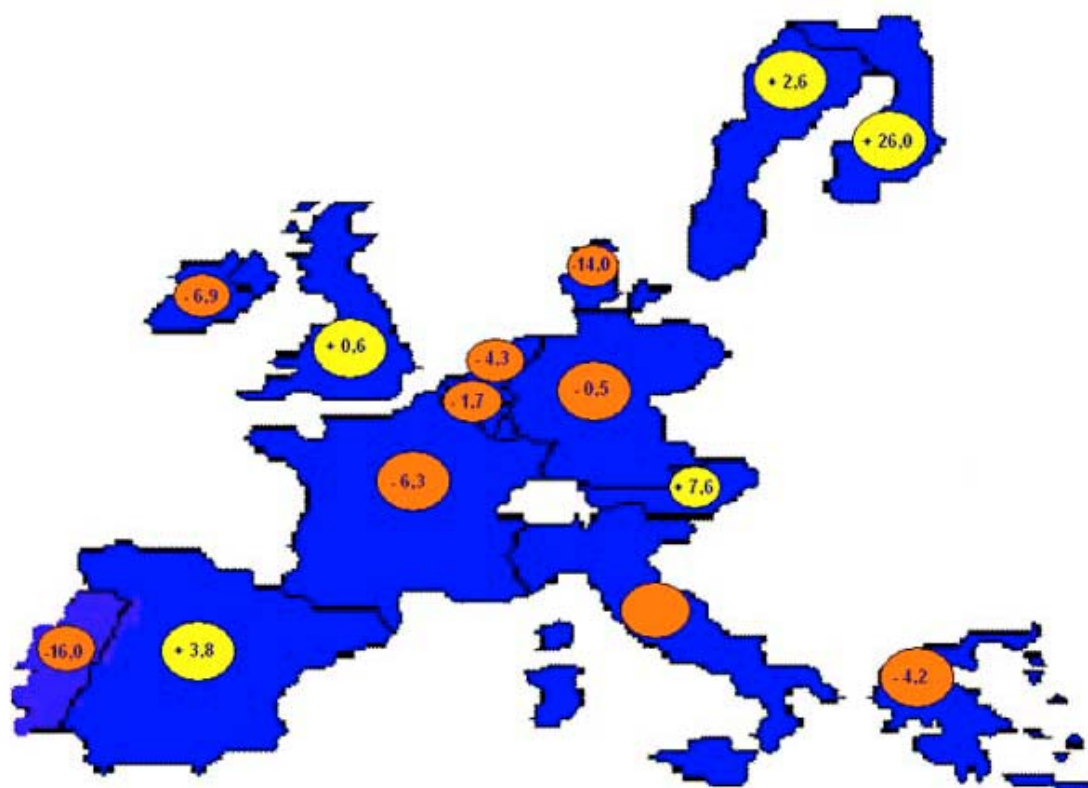
Nel settore automotive, con l'effettiva entrata in vigore ad ottobre, dopo un anno di transizione, della Block Exemption Regulation, molti costruttori hanno utilizzato l'adeguamento dei contratti ai nuovi standard, per imporre regole più stringenti alla propria rete di vendita e ridurre i margini sulle vendite globali. Molti costruttori e distributori hanno ridotto i propri listini, anche nei modelli di punta, per assicurarsi crescenti quote di mercato. I nuovi modelli hanno mostrato incrementi dei prezzi più contenuti rispetto alle versioni precedenti a fronte di un'offerta ad alti livelli tecnologici e di equipaggiamento.

L'appetibilità dell'offerta è stata sicuramente una chiave della tenuta del mercato dell'auto tedesco nel 2003.

Spagna:

La Spagna ha registrato nel 2003 una crescita notevole sia nella produzione di auto (+7,2%, 2,4 milioni di unità), sia soprattutto nei VIC con un +7,2% che compensa quasi interamente il calo del 2002 (-7,9%).

Anche le immatricolazioni di autovetture nel 2003 sono cresciute del 3,8% (1.383.017) rispetto al 2002. L'impatto positivo sulla spesa dei consumatori è stato probabilmente favorito anche dai tagli alle imposte sui redditi, dai bassi tassi di interesse, da un incremento dell'occupazione e da un arresto dell'inflazione. La spesa ha continuato ad espandersi a ritmi vivaci, dimostrando che i consumi privati rimangono il motore della crescita. In aggiunta a tutto questo, il mercato dell'auto ha beneficiato di un piano di incentivazione (Prever Plan), esteso recentemente fino al 31 dicembre 2006.



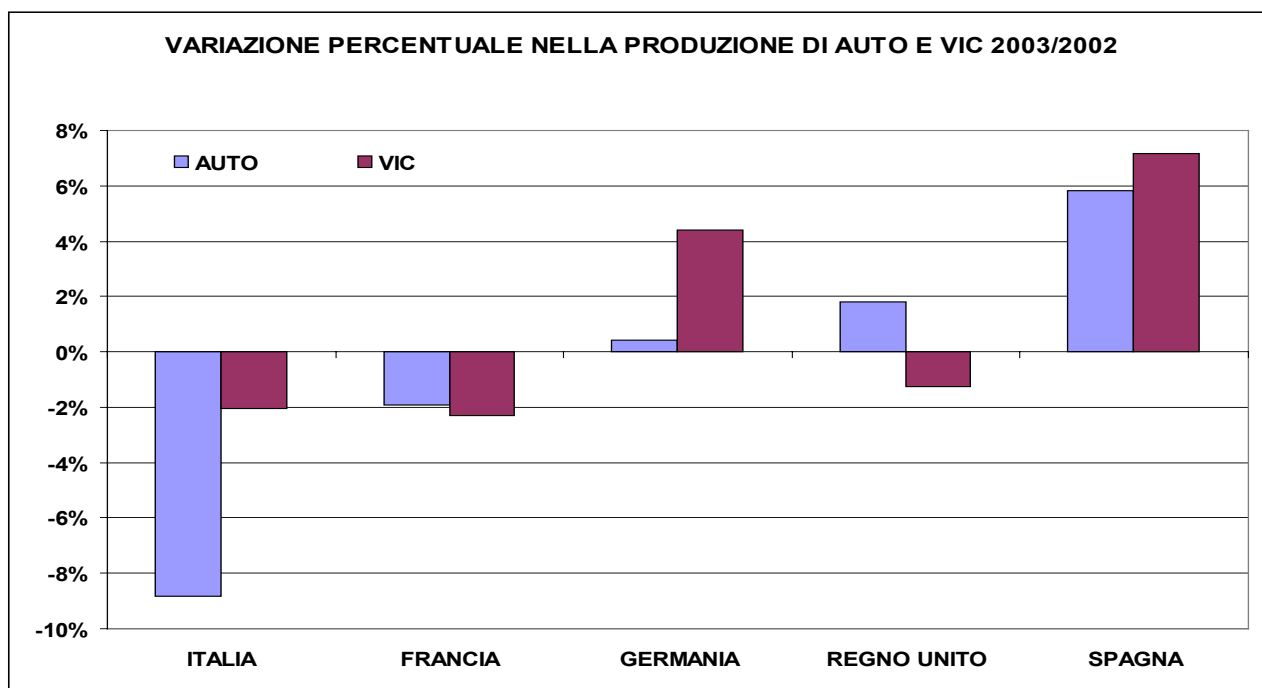
Fonte: Osservatorio CCIAA

2. IL MERCATO ITALIANO - PRODUZIONE E DOMANDA DI AUTO E VEICOLI INDUSTRIALI E COMMERCIALI

2.1 LA PRODUZIONE

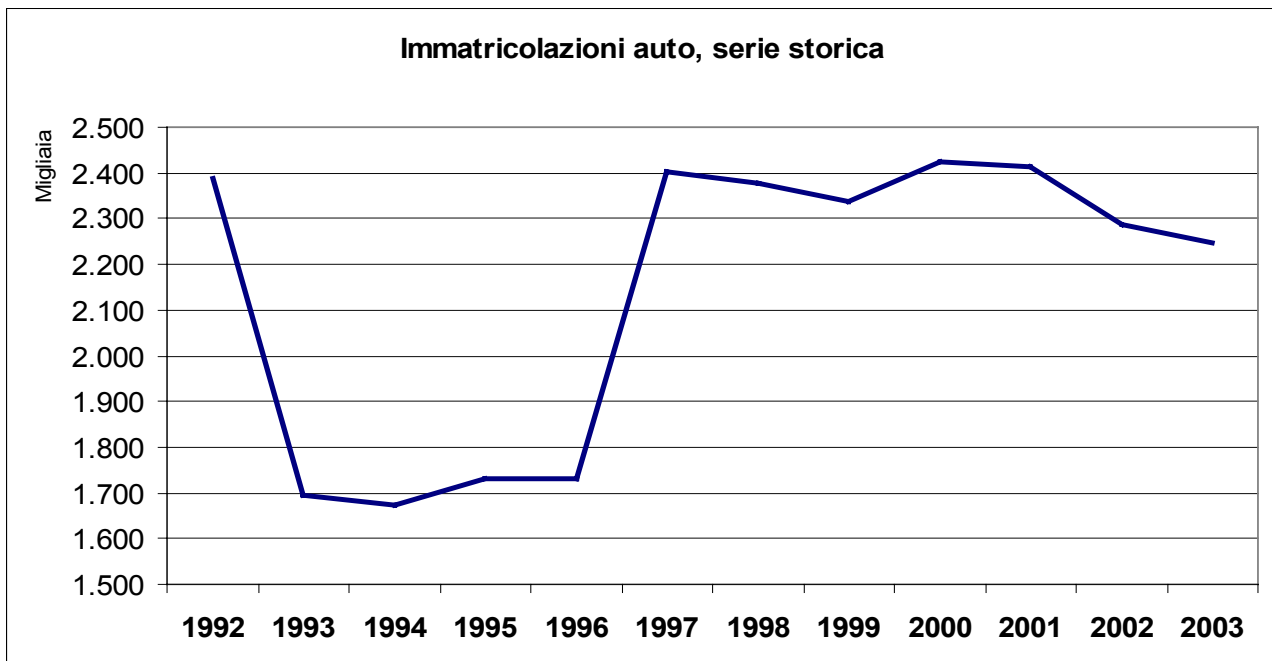
La produzione italiana di autoveicoli nel 2003 è stata di 1.321.631 unità che rappresenta una diminuzione del 7,4% rispetto al 2002. Rispetto al 2000 la perdita di produzione è stata di circa 400.000 unità (-28%), il che conferma il ridimensionamento del comparto già avviato negli anni '90 (800.000 unità prodotte in meno rispetto al 1990). Nello stesso periodo la produzione dell'UE escluso l'Italia è cresciuta di più del 16%. Se consideriamo solo il comparto auto, escludendo i veicoli commerciali ed industriali, le perdite sono ancora più rilevanti, (-8,8%).

Inevitabilmente la quota dell'Italia in Europa è diminuita ulteriormente sia in termini di produzione di auto (passando dal 6,5% al 6,0%) sia di veicoli commerciali ed industriali (dal 11,7% al 10,7%). La cronicità dei cali di produzione, l'entità di tali perdite e il confronto con gli altri paesi europei testimoniano un cambiamento epocale.



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

2.2 LA DOMANDA

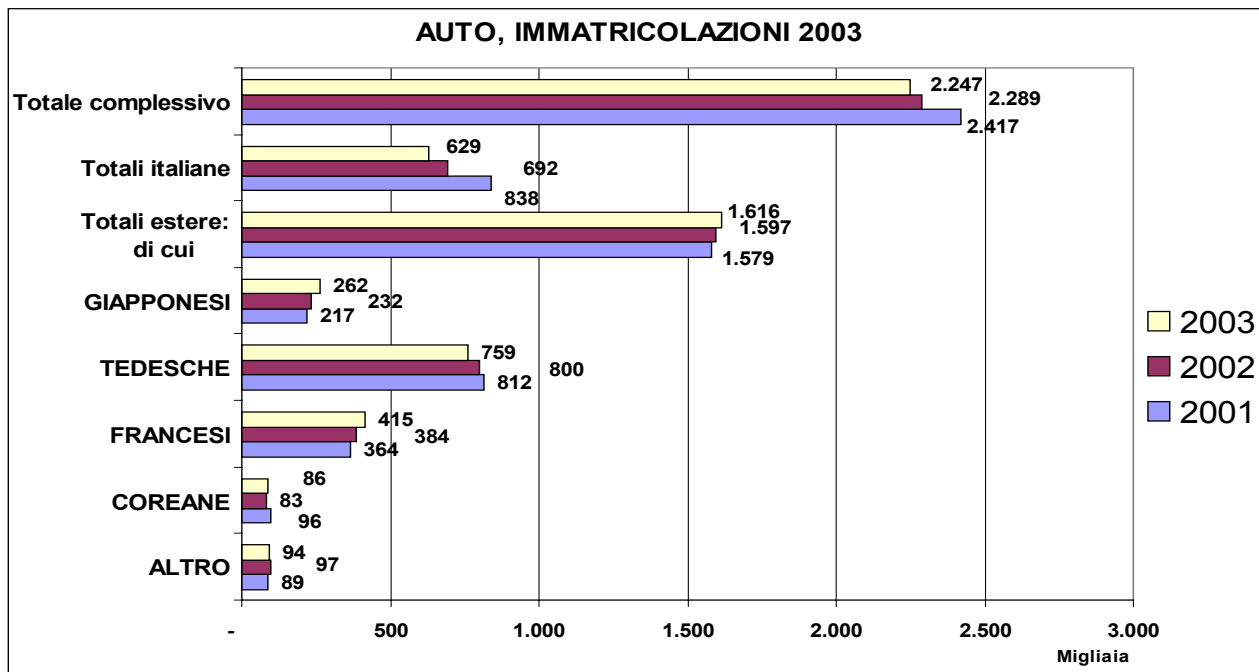


Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

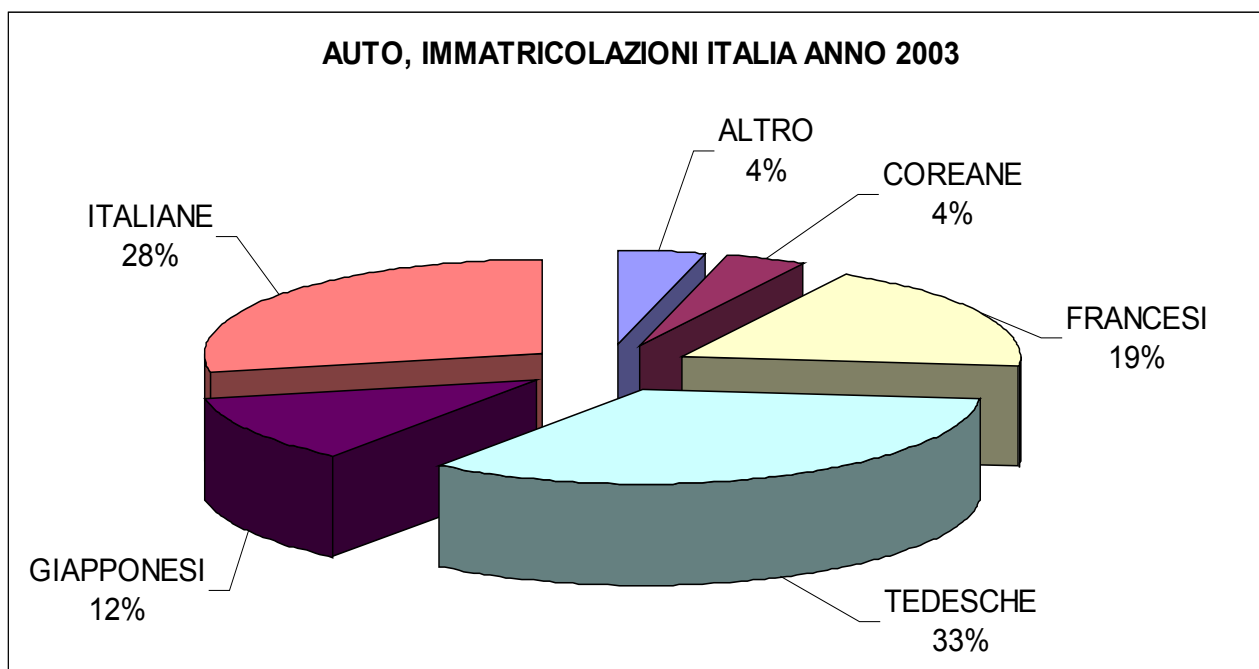
Le immatricolazioni italiane di vetture hanno retto bene alla difficile situazione congiunturale ed agli specifici effetti negativi del venir meno degli incentivi alla rottamazione a fine marzo 2003, alla crescita dei prezzi del carburante e dei premi assicurativi. Il calo è stato limitato all'1,4% (2.247.365 autoveicoli) soprattutto grazie alle promozioni attuate dai Costruttori ed al lancio di nuovi modelli. Sono cresciute le immatricolazioni di auto giapponesi (+13%) e francesi (+8%), mentre sono calate quelle dei marchi tedeschi (-3,5%) e, in maniera ancor più consistente quelle del gruppo Fiat (-9%), nonostante la scelta della nuova Panda come auto dell'anno 2003.

Allargando il campo di osservazione per cogliere il trend delle vendite dei marchi italiani in Europa Occidentale si rileva che queste ultime sono scese tra il 2000 e il 2003 da circa 1,5 milioni a 1,1 milioni, con un calo di più del 29% (contro un calo delle immatricolazioni totali dei marchi non italiani di solo l'1%) che porta la quota italiana di mercato dal 10,1 al 7,4%. Nello stesso periodo la quota dei marchi facenti

capo a case tedesche è passata dal 44,9 al 46,1%, quella dei marchi francesi dal 23,6% a 25,4%, quella dei marchi giapponesi dall'11,4% al 12,7%.



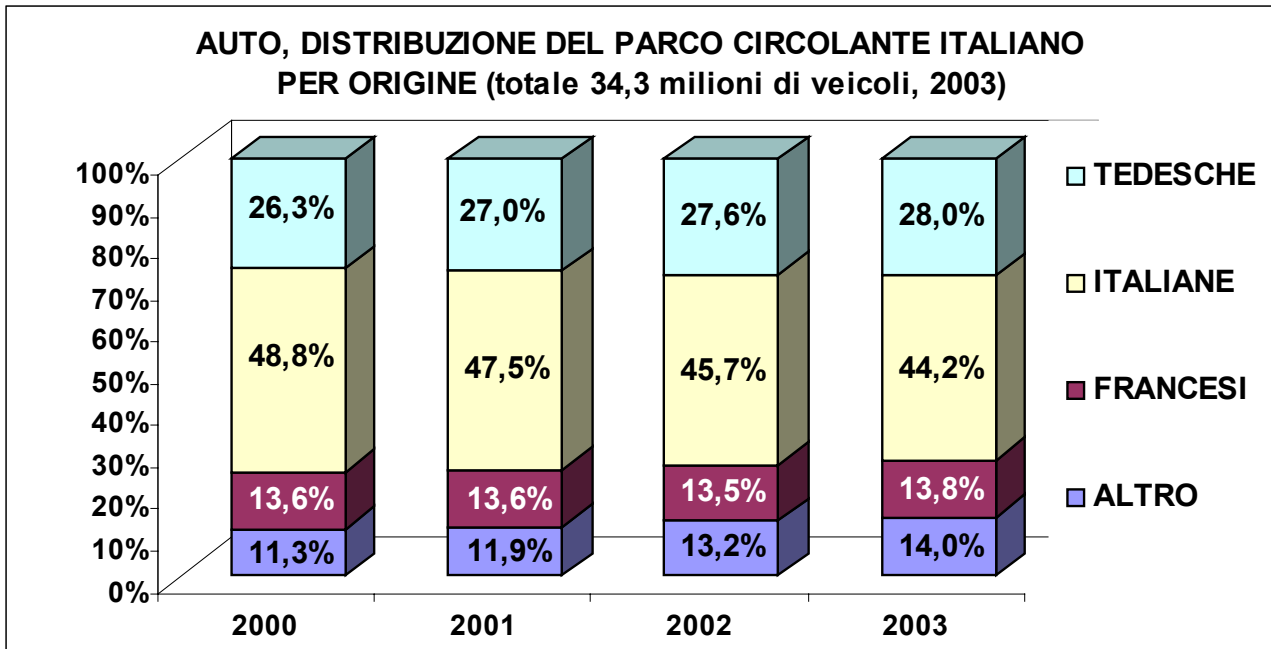
Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

La costante perdita di quote di mercato delle marche italiane a vantaggio dei produttori stranieri ha portato negli anni a una significativa ricomposizione del parco circolante: dal 2000 al 2003 la quota delle auto di produzione italiana è scesa dal 49%

al 44% mentre sono sensibilmente cresciute le marche orientali, le tedesche e, in misura meno significativa, le francesi.



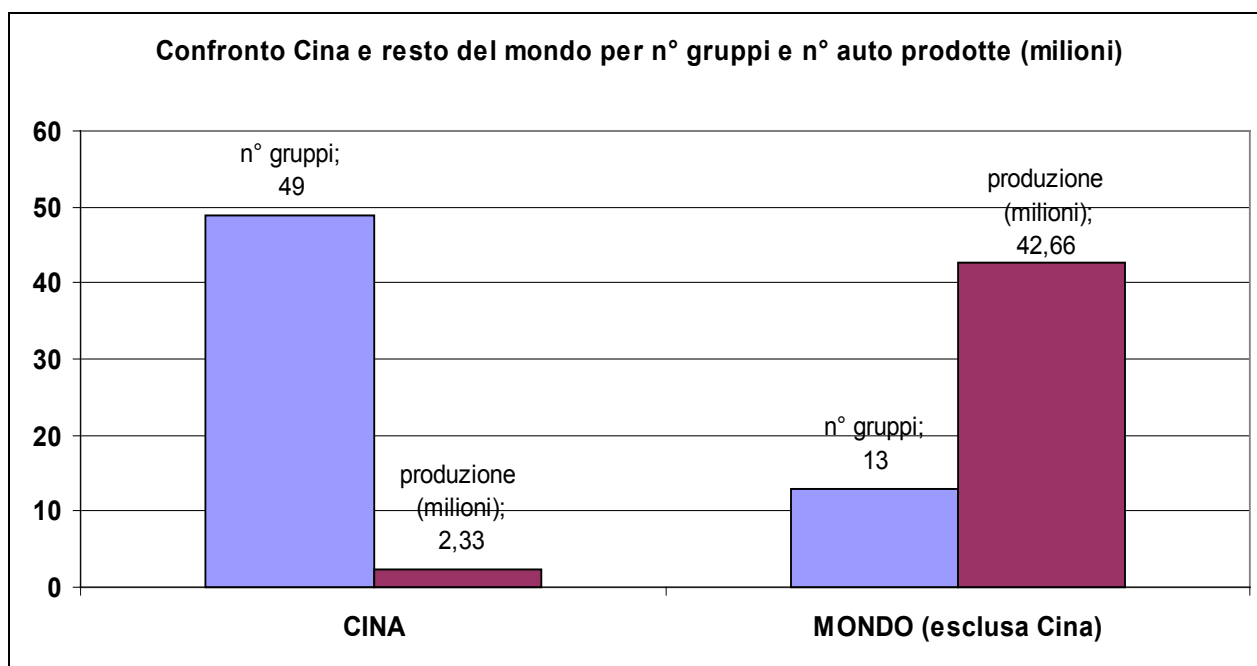
Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

3. I MERCATI EMERGENTI: OPPORTUNITA' E RISCHI DELLA CINA

Abbiamo introdotto dalla passata edizione dell'osservatorio una sezione dedicata alla Cina, con l'obiettivo di monitorare non più un fenomeno in emersione, ma le prospettive di posizionamento e consolidamento fra le principali economie mondiali di questo gigante da un miliardo e 300 milioni di abitanti con un prodotto lordo che cresce mediamente del 8% all'anno e che genera una conseguente crescita dei redditi delle popolazioni urbane. Ottanta milioni di cinesi sono ormai consumatori abbienti.

In questa edizione, oltre a fornire una breve sintesi delle statistiche ufficiali sul mercato automotive, abbiamo raccolto e sintetizzato le testimonianze di consulenti, dirigenti e imprenditori che operano quotidianamente e spesso direttamente con la Cina. Ne emerge il quadro di un paese che rappresenta contemporaneamente un enorme mercato di sbocco per i produttori occidentali, un'ottima opportunità di recuperare competitività attraverso il decentramento produttivo, ma anche un grande rischio, sia per la scarsa propensione a gestire le transazioni d'affari secondo gli standard occidentali, sia per la concreta possibilità che la Cina si trasformi entro pochi anni da mercato di destinazione a formidabile base produttiva.

La Cina ha un parco circolante di cinque milioni di auto in rapida crescita (+36% nel 2003) che la porterà nel 2010, secondo le stime prevalenti, ad essere il secondo mercato mondiale. Nel 2003 sono stati prodotti 4,4 milioni di autoveicoli con una crescita del 35,2% sull'anno precedente. La produzione di auto è stata di 2 milioni di unità (+83,3%) e quella di VIC di 2,4 milioni (+11%). Questi numeri l'hanno portata al 6° posto tra i produttori d'auto e al 2° nei VIC.



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

Tuttavia la produzione di auto in Cina non ha ancora avviato quel processo di concentrazione al vertice e di razionalizzazione della struttura della filiera che invece hanno rappresentato un percorso obbligato di tutte le economie avanzate. Non esistono statistiche ufficiali sul numero di produttori cinesi, che si stimano essere più di cento, ma i primi 50 costruttori cinesi producono circa 2 milioni di auto quando nel resto del mondo 13 gruppi ne producono 42 milioni. Al contempo i Costruttori stranieri continuano ad intensificare gli investimenti e spesso richiedono investimenti diretti anche ai loro fornitori - nel 2003 Toyota ha investito 360 milioni di dollari per avviare la produzione locale di quattro nuovi modelli, tra cui la nuova Corolla nello stabilimento di Tianjin in JV con First Automotive Works Corporation; Suzuki ha investito 200 milioni di dollari per impiantare una nuova fabbrica di motori; Delphi ha investito 12 milioni di dollari per integrare 5 nuove linee produttive nel suo stabilimento di Shanghai; Nissan ha annunciato una JV con la cinese DongFeng Motor Corporation nella provincia di Hubei, che è diventata operativa nel luglio del 2003 e impiega 73.000 addetti .

Una larga parte dei testimoni intervistati in questo osservatorio, hanno tuttavia sottolineato che i favorevoli fattori demografici e di sviluppo economico generale

oltre che i bassi costi di produzione non devono far pensare alla Cina come ad un nuovo eldorado. Permangono infatti rischi e fattori di arretratezza industriale e culturale ancora rilevanti. Il vantaggio competitivo in termini di costi è infatti limitato alle attività “labour intensive”, mentre altri costi di produzione, tra cui i costi di trasporto non sono ancora competitivi. Inoltre, come tutte le economie che fanno del basso costo della mano d’opera il volano della propria competitività, pagano in termini di qualità dei prodotti.

Pur essendo dunque, la sesta potenza economica mondiale, manca ancora di cultura industriale e d’etica commerciale, manifestando un’incapacità di condividere il proprio sviluppo ed una volontà di carpire, senza mediazioni, il *know how* dei sistemi più avanzati. L’evoluzione di un sistema economico si basa non solo sulla competitività produttiva, ma anche sulla capacità di garantire tutela ed efficienza in campo giuridico, bancario e distributivo. Alla crescita accelerata dell’economia cinese non si è per il momento accompagnata quella delle infrastrutture culturali proprie dei sistemi avanzati.

In conclusione, le imprese che affrontano il mercato globale non possono pensare di farlo senza una presenza diretta in Cina, ma non devono neanche sottovalutare i rischi e le distorsioni di un sistema ancora fortemente chiuso, protezionistico e privo delle tutele dei sistemi avanzati.

L’asimmetria con le economie occidentali che presentano invece caratteristiche di grande apertura e scarsi strumenti di protezione dei propri mercati, può portare conseguenze critiche soprattutto per i sistemi economici più deboli. L’Italia, in particolar modo, presenta caratteristiche che la rendono particolarmente vulnerabile, soprattutto nel settore automotive. La Cina, infatti ha una tipologia industriale simile alla nostra, con una produzione di prodotti di media-bassa tecnologia e di beni di consumo, ma a costi molto più bassi. Gli stampi cinesi, ma anche quelli thailandesi e coreani, costano da un quinto alla metà di quelli occidentali. Gli ingranaggi, fatto uguale a 100 il prezzo in Germania, costano in Italia 87 e in Cina 37. Una vettura

cinese costa un quinto di un'analogia occidentale, anche se la produzione è ancora molto frastagliata.

Il rischio più rilevante, in un futuro neanche troppo remoto, sembra essere la possibilità di penetrare sui nostri mercati sfruttando, oltre alle importazioni ufficiali, anche flussi irregolari, con prodotti con standard qualitativi uguali o superiori a quelli italiani, acquisendo tecnologie occidentali o giapponesi. L'Italia è la 14° esportatrice ma è la 10° importatrice e si prevede che nel 2010 la Cina esporterà il 40% dei propri componenti.

Un ultimo aspetto da considerare la spinta inflazionistica che la Cina sta generando, assorbendo enormi volumi di materie prime.

La Produzione di auto in Cina

Produzione	2003	2002	Diff. %
Shengyang Brilliance Jinbei Auto. Co. Ltd. (D)	26.841	9.336	187,50
Brilliance China Automotive Holdings Ltd.	34.341	9.336	267,83
Beijing Hyundai Motor Co. (G)	55.113	1.046	-
Beijing Jeep Corp. Ltd. (G)	19.441	9.052	114,77
Beijing Automotive Industry Holdings Co. Ltd.	74.554	10.098	638,30
Chongqing Changan Suzuki Auto. Co. Ltd. (G)	102.083	67.846	50,46
Changan Ford Automobile Co. Ltd. (G)	18.535	-	-
Changan Automotive Co. Ltd.	120.618	67.846	77,78
Dongfeng Peugeot Citroen Auto. Co. Ltd. (G)	105.475	84.378	25,00
Dongfeng Motor Co. Ltd. (G)	66.134	39.047	69,37
Dongfeng Yueda Kia Automobile Co. Ltd. (G)	52.017	20.080	159,05
Dongfeng Liuzhou Motor Co. Ltd. (D)	10.302	2.665	286,57
Dongfeng Motor Corp.	233.928	146.170	60,04
FAW - Volkswagen Automotive Co. Ltd. (G)	302.346	191.695	57,72
Tianjin FAW Xiali Automobile Co. Ltd. (D)	117.186	89.720	30,61
FAW Hainan Automotive Co. Ltd. (D)	54.824	17.912	206,07
FAW Car Co. Ltd. (D)	48.219	30.195	59,69
Tianjin FAW Toyota Motor Co. Ltd. (G)	49.535	2.147	2207,17
First Auto Works Group	573.915	331.669	73,04
Guangzhou Honda Automobile Co. Ltd. (G)	117.178	59.024	98,53
Guangzhou Automotive Group	117.178	59.024	98,53
Shanghai Volkswagen Automotive Co. Ltd. (G)	405.252	278.890	45,31
Shanghai General Motors Corp. Ltd. (G)	206.964	111.623	85,41
Jinbei GM Automotive Co. Ltd. (G)	3.559	3.751	-5,12
Shanghai Automotive Industry Corp.	616.225	394.264	56,30
Anhui Jianghuai Automobile Co. Ltd. (D)	14.746	4.452	231,22
BYD Auto Co. Ltd. (D)	20.100	16.500	21,82
Chery Automobile Co. Ltd. (D)	91.223	50.398	81,01
Geely Holding Group (D)	81.285	47.984	69,40
Great Wall Automobile Holding Co. Ltd. (D)	28.067	13.156	113,34
Guizhou Skylark Automobile Co. Ltd. (D)	1.180	1.831	-35,55
Harbin Hafei Motor Co. Ltd. (D)	32.387	14.577	122,18
Hebei Zhongxing Automobile Co. Ltd. (D)	28.500	15.393	85,15
Hunan Changfeng Motor Co. Ltd. (G)	29.230	15.067	94,00
Jiangling Motor Corp. Ltd. (G)	60.276	53.818	12,00
Jiangxi Changhe Suzuki Co. Ltd. (G)	37.333	20.564	81,55
Nanjing Fiat Co. Ltd. (G)	37.418	23.968	56,12
Soueast (Fujian) Motor Corp. (D)	83.535	47.068	77,48
Totale produzione	2.328.806	1.343.183	73,38

Nota: i dati riflettono la produzione di vetture ad uso privato ed alcuni veicoli commerciali leggeri. Legenda: D = costruttore domestico; G = joint-venture globale; n.d. = dato non disponibile.

Fonte: Automotive News Europe/Automotive Resources

PARTE SECONDA – ALCUNE TENDENZE NELL’AUTOMOTIVE

4. ALCUNE TENDENZE NEL SETTORE AUTOVEICOLISTICO E IL LORO IMPATTO SUI COMPONENTISTI

L’analisi dei trend è sempre un esercizio irto di insidie. Le previsioni sull’avvento di nuove tecnologie e sull’evoluzione di nuovi mercati si prestano spesso a errori clamorosi. Il caso della telefonia di terza generazione (UMTS), costato decine di miliardi di euro ai maggiori operatori del settore e centinaia di miliardi agli investitori di tutto il mondo, è sicuramente il più clamoroso degli ultimi anni ma non certamente l’unico.

E se in quel caso ha avuto ragione (per ora) chi si è astenuto, in altre occasioni la promessa si è rivelata fondata a posteriori e chi più ha investito più ha raccolto.

Anche nell’auto l’ultimo decennio è stato costellato da promesse che alla verifica dei fatti si sono verificate per lo meno premature, se non del tutto illusorie e di piccole invenzioni che hanno rivoluzionato l’intera industria.

Nel 1998 Daimler annunciava per il 2004 la produzione in serie della “Classe A” con motore alimentato a celle combustibili, nell’ambito del progetto NECAR 4; oggi questo traguardo non è scomparso, ma è stato spostato in avanti di numerosi anni e non si prevede una diffusione significativa di questa nuova tecnologia prima del 2015-2020.

D’altro canto il “Common Rail”, tecnologia di iniezione dei motori diesel, ha avuto un successo senza precedenti, che non solo ha permesso a Bosch (7 milioni di pezzi prodotti nel 2003) di rafforzare la sua leadership tecnologica, ma ha favorito una penetrazione del diesel in Europa, anche nei segmenti inferiori, assolutamente imprevedibile, il che, dato un ammontare complessivo di veicoli venduti sostanzialmente costante, ha avuto per contraltare un calo drammatico dei motori a benzina e delle parti e componenti collegati a questi.

I mercati dell'America Latina, che a metà degli anni novanta sembravano i più maturi (e quindi i meno rischiosi) tra gli emergenti sono tracollati sotto il peso di una crisi di fiducia sistemica, che ha risparmiato solo le economie meno aperte agli investimenti e alla concorrenza internazionale, come la Cina, la cui crescita ha, invece, superato fino ad oggi qualsiasi previsioni, dando vita ad una corsa agli investimenti di cui è difficile oggi prevedere l'esito.

Se non è oggi dato sapere con certezza da quali tecnologie e da quali mercati proverranno i profitti che alimenteranno i Componentisti nei prossimi anni, appare purtuttavia chiaro che esiste oggi una inconsistenza interna tra i crescenti fabbisogni di capitale per nuovi investimenti, in tecnologie e mercati, e la continua compressione dei margini, suscitata dalle politiche di acquisto (e di vendita) dei maggiori costruttori, anch'essi alla disperata ricerca di un recupero di margini che gli permetta di affrontare le proprie esigenze di investimento e di superare le inevitabili fasi di calo congiunturale.

Nel seguito di questo parzialissimo contributo riporteremo quindi alcuni spunti dalla discussione in corso sulle possibili evoluzioni dei modelli di organizzazione degli OEM³ e sulle loro ricadute sui componentisti, e alcune considerazioni sulle direttrici dell'innovazione nell'automotive, rimandando a pubblicazioni tecniche⁴ per gli aspetti più specialistici delle innovazioni di prodotto.

Gli OEM: nuovi "business model" per un recupero di redditività

Completate con esito misto le grandi fusioni di fine anni '90, raschiato (o quasi) il fondo del barile dei recuperi di efficienza, adottati (con varianti) i paradigmi della produzione snella, spremuti (anche qui con le dovute differenze) fino all'ultima goccia i fornitori, è oggi in discussione il vero e proprio modello di business degli OEM.

³ O.E.M.: Original Equipment Manufacturer. Con questa sigla – original equipment manufacturer - si definiscono i produttori di autoveicoli

⁴ Come il recentissimo "The automotive roadmap technology Report", 2004, Autobusiness, disponibile per consultazione presso l'Osservatorio.

Solo da un recupero di redditività strutturale degli OEM, ragionano gli studiosi del settore, potranno infatti venire le risorse che permetteranno agli OEM e ai componentisti di continuare ad investire nello sviluppo del prodotto e dei mercati; oggi i margini sono semplicemente troppo bassi.

Quali gli scenari proposti?

Un ricorso esteso al “build to order” è la proposta evolutiva di M. Holweg e F.K.Pil, ricercatori dell’IMVP ([International Motor Vehicle Program](#)), il programma internazionale di ricerca sull’auto che nel 1990 ha fatto conoscere il modello Toyota attraverso lo studio “La macchina che ha cambiato il mondo”. Sostengono gli autori che i lunghi tempi di attesa per l’acquisto di un’auto prodotta secondo le specifiche del cliente, scoraggia la produzione basata sulla domanda, genera informazioni distorte sulla domanda effettiva, porta a produrre auto che i clienti non desiderano, con accessori che non richiedono (e senza quelli che vorrebbero e sarebbero disposti a pagare), forzando le case a fornire sconti e incentivi, che sommandosi ai maggiori costi di stoccaggio e di trasporto riducono i margini e i valori dell’usato, richiedendo volumi maggiori per ottenere economie di scala che compensino i minori margini; questo fenomeno è massimo nel mercato americano, dove oltre il 90% della produzione è basata su previsioni (a loro volta basate sulle vendite passate), ma è persistente anche in Europa (50%) e in Giappone (40%). Analizzando la disponibilità dei clienti ad aspettare e le “best practice” di Toyota e Nissan, gli autori individuano un ciclo ordine-consegna di 15 giorni e risparmi variabili compresi tra 600 e 3000 dollari per veicolo.

Più rivoluzionari l’analisi di J. Wormald e G. Maxton in “Time for a model change: reengineering the global automotive industry”, e il modello Indego proposto da A.T. Kearney. I primi, partendo dalle minacce cui è sottoposta un’industria che pesa per l’11% del PIL mondiale, individuano la necessità di una quarta rivoluzione in cui l’industria diventi un network di entità indipendenti che cooperano e il mercato sia caratterizzato da una minore numerosità di prodotti e prezzi più bassi. In questo

modello, anticipato dalla rivista specializzata Supplier Business.com e i cui dettagli verranno descritti nel volume in fase di pubblicazione, gli OEM dovranno valutare attentamente l'opportunità di mantenere al proprio interno l'attività di produzione oppure scegliere di diventare produttori puri, lasciando la distribuzione a marchi forti come Sony, Hitachi o Virgin. Se il modello di Wormald e Maxton sembra avere come riferimento l'elettronica di consumo, il modello Indego, proposto da A.T. Kearney, mira ad una redditività media del 22%, spostando il focus dalla vendita dell'automobile a quella di un pacchetto di mobilità che comprende finanziamento, riparazioni, manutenzione.

AT Kearney ritiene che gli attuali produttori, dealer, fornitori e finanziatori potrebbero già applicare molti dei principi incorporati nel concetto Indego, che tuttavia potrebbe essere implementato anche come start-up da un nuovo player "low-cost" con gli stessi effetti dirompenti sperimentati per le aerolinee.

Quali gli effetti per i componentisti?

I modelli accennati, sono solo alcuni tra gli sforzi di riflessione, da dettagliare ulteriormente, che impegnano gli OEM e i loro consulenti nella ricerca di una via d'uscita dalla incessante e ossessiva ricerca del taglio dei costi come unica fonte di redditività. Secondo Supplierbusiness.com "i componentisti nel medio termine devono ottimizzare i processi, ricercare la standardizzazione e il controllo delle tecnologie, e partecipare a iniziative a basso-rischio a titolo sperimentale. Questa partecipazione non porterà a risultati immediati, ma assicurerà che l'impresa sia pronta a nuovi modelli di business nel futuro e a giocare un ruolo significativo all'interno dei nuovi modelli."(Supplierbusiness.com, maggio 2004).

Ogni iniziativa, anche radicale, che porti ad un recupero di redditività nel futuro non può che essere benvenuta per i componentisti che da tempo hanno adottato i paradigmi della produzione snella e che producono su ordine in misura molto più consistente dei loro clienti OEM.

Nel frattempo volendo ridurre a slogan trend molto articolati e diversificati si può sostenere che mentre i mercati accelerano l'innovazione rallenta.

Dell'evoluzione dei mercati, intesi come mercati internazionali di produzione e di sbocco, si tratta altrove in questo rapporto. Di seguito accenniamo alla particolare situazione che sta vivendo l'innovazione nella componentistica; e parlando di innovazione parliamo di elettronica che rappresenta l'80% dell'innovazione del settore.

L'innovazione rallenta, ma non si ferma

Non solo il motore a celle combustibili si fa attendere, ma anche l'adozione delle nuove soluzioni "by wire"⁵ è in forte ritardo e nel caso dei sistemi di frenata ha incontrato un vero e proprio stop, per l'eccessiva difettosità dei freni elettro-idraulici, che dovevano rappresentare la tecnologia di passaggio ai freni elettro-meccanici, privi di circuiti idraulici, a loro volta componente chiave di sistemi più integrati di assistenza alla sicurezza e alla guida, in fase di studio da parte di componentisti leader come Bosch, Continental, Delphi (www.just-auto.com, 20/5/2004).

Il rallentamento della corsa all'innovazione è simboleggiato dalla dichiarazione di Wolfsried, vice-presidente per l'elettronica di Mercedes-Benz, che pochi giorni dopo il richiamo di 650.000 veicoli con possibili problemi ai freni elettro-idraulici, ha dichiarato che 600 funzioni elettroniche "di cui nessuno aveva bisogno e che nessuno sapeva come usare" sono state eliminate dalle auto Mercedes-benz nel corso dell'ultimo anno e che il processo di *decontenting* elettronico continua.

Di rallentamento della corsa però si tratta, dovuta alla necessità di una migliore integrazione nell'infrastruttura elettronica dell'auto, e non di inversione del trend di crescita della componentistica mondiale, che, secondo un recente rapporto di Mercer

⁵ Con l'espressione "drive by wire" si definiscono tutti quei sistemi elettronici di controllo delle funzioni primarie del moto di un veicolo, come sterzo, acceleratore, freni, sospensioni, accensione, combustione del motore, che tradizionalmente erano svolte attraverso organi meccanici. I sistemi "drive by wire" devono il loro nome e i loro principi tecnici ai sistemi "fly by wire", comunemente detti "pilota automatico", utilizzati da decenni in aeronautica.

Management Consulting è destinata a crescere del 70% entro il 2015 a 700 miliardi di euro, a seguito di una crescita del 35% dei veicoli venduti e di una crescita delle parti acquisite esternamente dagli OEM dal 65% al 77% del costo totale di produzione del veicolo; in questo quadro è previsto che il valore dei componenti elettrici e elettronici passi da 2.200 euro a oltre 4.000 euro per veicolo. Lo stesso rapporto prevede la creazione di 600.000 posti di lavoro nella componentistica elettrica ed elettronica in Europa. I segmenti in maggior crescita sono i sistemi di gestione del motore e i sistemi di sicurezza. Il software crescerà in misura maggiore dell'hardware e il suo valore, secondo Hella, un importante componentista tedesco, passerà dal 4% al 13% del valore dell'auto. Si stima che entro il 2015 si passerà dalle attuali 600.000 righe di codice per rendere "intelligente" un'auto di alta gamma a 100 milioni di righe (Fonte: The Automotive Technology Roadmap Report). Contemporaneamente il numero di micro-processori, cresciuto in misura esponenziale negli ultimi anni, si ridurrà con il passaggio da microprocessori dedicati a singoli sottosistemi, forniti dal produttore del sottosistema, a micro-processori multifunzionali ad alta performance che controlleranno la funzionalità del veicolo. Gli OEM si trasformeranno quindi da integratori di sistemi in integratori di software e i componentisti in produttori di software, che da accessorio dell'hardware, potrà diventare un prodotto a sé stante. Ovviamente numerose sono le sfide proposte dall'integrazione, che richiederanno tra l'altro la definizione di standard aperti e di interfacce software (API) complete e accurate (Fonte: The Automotive Technology Roadmap Report).

Gli investimenti richiesti dallo sviluppo del software, tipicamente superiori al 10% del fatturato e comunque elevati in valore assoluto, potranno essere, come già in altri settori, alla base di una nuova ondata di consolidamento della componentistica, previsto da A.T. Kearney nel suo ottavo rapporto annuale, che oltre all'elettronica interesserà anche il telaio. Secondo la società di consulenza le imprese europee sono ben posizionate per essere soggetti attivi, mentre i fornitori americani sono ancora troppo indebitati a seguito delle acquisizioni degli anni '90.

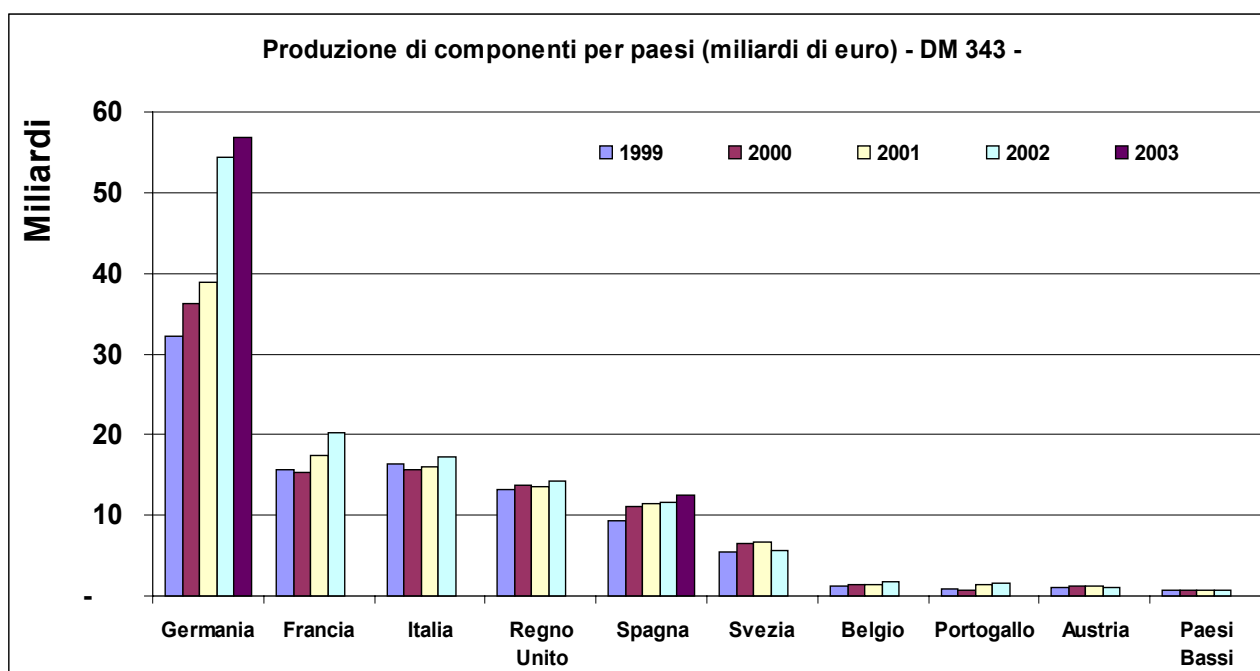
PARTE TERZA – I NUMERI DELLA COMPONENTISTICA

5 NOTIZIE DAI MERCATI

5.1 I principali paesi produttori

Per dimensionare il comparto della produzione di parti e componenti d'auto in Europa abbiamo utilizzato i dati relativi al solo settore DM 343 – Fabbricazione di parti e di accessori per autoveicoli e loro motori – di fonte Eurostat aggiornati all'anno 2002.

I valori assoluti non trovano quindi una corrispondenza con i dati dichiarati dalla Associazioni di categoria che comprendono prodotti non inclusi nella classificazione Nace Rev1.1, ma assumono rilevanza nel dimensionare i diversi mercati e nell'indicare le variazioni nel periodo 1999-2002. Solo per Germania e Spagna è presente un dato aggiornato al 2003. La Germania si conferma il primo paese europeo con una produzione più che doppia rispetto alla Francia che appare al secondo posto. Seguono Italia, Regno Unito e Spagna. E' interessante osservare come i principali paesi produttori di componenti presentano trend in continua crescita, con la parziale eccezione dell'Italia che ha fatto registrare una flessione nel 2000.



[GD1]

FONTE: Elaborazione Osservatorio su dati EUROSTAT – DM 343; il dato 2003 è relativo solo a Germania e Spagna.

In Germania⁶ il mercato della componentistica, in controtendenza con quanto osservato per la produzione e la domanda di auto, è tornato nel 2003 a crescere in maniera convincente.

Con 60 miliardi di euro, il fatturato ha raggiunto un valore doppio rispetto a quello dell'inizio degli anni 90. Le vendite domestiche e le esportazioni sono cresciute del 5% sul 2002, raggiungendo rispettivamente 35,4 e 24,7 miliardi euro.

Ma il dato ancor più indicativo riguarda l'occupazione: nel 2003 l'industria automobilistica tedesca ha segnato un aumento 12.400 posti di lavoro rispetto all'anno precedente (+4%), interamente dovuto all'aumento dell'occupazione nel settore dei componenti, dove l'occupazione media è stata di 327.000 unità.

Questo rappresenta un aumento di quasi 89.000 addetti – più di un terzo - dal livello minimo raggiunto nel 1994. Il forte aumento del fatturato dei componentisti tedeschi, considerata la staticità del mercato automobilistico nazionale, deriva chiaramente dall'aumento delle esportazioni, che con 24,7 miliardi di euro hanno rappresentato più

⁶ Rapporto VDA 2004

del 40% del giro d'affari totale del 2003. L'industria componentistica tedesca ha recentemente spostato l'attenzione verso l'Europa Centrale ed Orientale, stimolata dallo sviluppo dell'industria locale e dai favorevoli fattori di costo. Un ulteriore impulso deriva dalla posizione strategica dei länder orientali della Germania come ponte verso i mercati europei orientali; l'industria automobilistica è oggi il principale settore industriale dell'ex Germania dell'Est.

La presenza produttiva nei länder orientali di BMW, DaimlerChrysler, Opel, Porsche e Volkswagen spingerà verso uno spostamento anche di molti fornitori. Condizioni di lavoro flessibili e differenziali di stipendio tra le due Germanie saranno fattori importanti nel determinare l'aumento di attrattiva della parte orientale della Germania.

La Francia⁷ con 23,5 miliardi di euro nel 2003, presenta un andamento della produzione molto simile a quello tedesco e a quello italiano. Sostanzialmente stabile sul 2002 la produzione della componentistica (-0,45%) mentre cede il 2,2% l'industria nazionale dell'automobile. Andamento opposto per i dati di interscambio, con le esportazioni di componenti che calano dello 0,4% (17,6 miliardi di euro nel 2003), mentre crescono in modo consistente le esportazioni di autoveicoli (6,5%).

In Spagna⁸ la produzione di componenti per auto nel 2003 è ammontata a 26,9 miliardi di euro con una variazione del +6,7% su 2002. Le esportazioni sono state 13,7 miliardi di euro con un andamento positivo rispetto all'anno precedente (+5,8%).

Nel **Regno Unito**⁹, la produzione di componenti è stata nel 2002 di 15,5 miliardi di euro in crescita del 9% sul 2001 (+64% sul 1995), posizionando il Regno Unito al quinto posto in Europa.

⁷ FIEV 2003, Fédération des Industries des Équipements pour Véhicules.

⁸ Vehicle news, aprile 2004

⁹ <http://www.autoindustry.co.uk/statistics/key>

La situazione del Regno Unito è peculiare per un paese di antica tradizione automobilistica. Il Regno Unito ha infatti favorito nell'automotive, come in molti settori industriali, gli investimenti stranieri rinunciando ad una politica protezionistica dei marchi nazionali. Come conseguenza vi è presente la più vasta gamma di produttori d'auto del mondo, che vi producono non solo per il mercato locale, ma per l'intero mercato europeo; addirittura il 69% di 1,6 milioni di veicoli prodotti nel 2003 sono destinati all'esportazione, facendo dell'automotive il principale settore d'esportazione del Regno Unito.

La forte propensione esportativa unitamente alla presenza sul territorio nazionale di produttori stranieri ha permesso al comparto della componentistica una crescita in valore senza interruzione di continuità dal 1995 al 2002, anche negli anni in cui i produttori anglosassoni manifestavano delle grandi difficoltà. Anche il numero delle imprese del comparto è cresciuto (+1% nel 2002), passando dalle 1.953 unità locali del 1996 alle 2.578 del 2002.

5.2 I principali componentisti

Questo capitolo presenta l'andamento del settore attraverso quello delle imprese più rappresentative. In particolare nel primo paragrafo, attraverso le quotazioni di borsa di una selezione di componentisti europei quotati in Borsa, descriviamo l'evoluzione delle percezioni "esterne" rispetto alle prospettive di crescita dei componentisti, mentre nel secondo paragrafo, attraverso la descrizione delle principali attività del 2003 dei global player e dei maggiori componentisti italiani, proponiamo una lettura del settore "dall'interno".

5.2.1 Il verdetto delle borse

Il 2003 ha visto una ripresa generalizzata dei corsi delle borse europee, che, dopo avere toccato i minimi alla fine dell'inverno, hanno evidenziato una significativa ripresa, favorita dai livelli molto compressi che avevano raggiunto le quotazioni.

All'interno di questo quadro complessivamente favorevole, i titoli della componentistica si sono distinti per una dinamica maggiore della media e anche maggiore di quella del settore autoveicolistico nel complesso.

L'indice OSS_15, che abbiamo costruito riflettendo la capitalizzazione dei quindici titoli della componentistica osservati, ha infatti registrato una crescita del 46%, a fronte di un +17% dell'indice delle principali 50 società europee (Euro STOXX50), e di un +25% dell'indice del settore autoveicolistico .

Questo andamento segue un lungo periodo di sotto-performance dei titoli della componentistica, che aveva portato varie società a quotare al di sotto del valore di liquidazione, ed è proseguito nella prima parte del 2004. L'apprezzamento dei corsi testimonia di un migliorato clima congiunturale e di un minor pessimismo da parte degli analisti rispetto alla capacità dei componentisti di appropriarsi di una crescente fetta dei margini complessivamente realizzati dalla filiera autoveicolistica.

All'interno dell'indice si osserva che nessuna società ha avuto un andamento negativo e che solo due hanno performato peggio dell'indice Euro STOXX50; sette

società hanno addirittura registrato una crescita delle quotazione superiori al 50%. Delle tre società italiane quotate, Carraro ha fatto meglio dell'indice, dopo avere subito in maniera molto rilevante gli effetti della crisi argentina negli anni precedenti; le altre due – Sogefi e Brembo – pur facendo peggio dell'indice sono cresciute rispettivamente del 34% e del 39%, partendo da un livello delle quotazioni sicuramente meno compresso .

Società	corso 2/1/2004	capitalizzazione (milioni di euro)	variazione da 30/12/02
AUTOLIV	273,50	1367,30	53%
BERU	52,59	556,00	22%
BREMBO	6,11	399,50	39%
CARRARO	2,46	123,90	80%
CIE AUTOMOTIVE	9,83	262,20	60%
CONTINENTAL AG	30,44	5057,00	104%
FAURECIA	49,88	1358,00	25%
GKN	266,75	2584,50	29%
LEONI AG N	49,89	425,90	64%
MONTUPET SA	14,09	165,90	2%
PHOENIX AG	9,20	263,90	57%
PLASTIC OMNIUM	38,00	383,60	75%
SOGEFI	2,77	362,10	34%
VALEO	31,64	2650,00	9%
WET AUTOMOTIVE	57,50	219,20	58%
DJ Euro STOXX 50	2797,56		17%
DJ Stoxx AUTO P	192,61		25%
OSS_15	16179,00		46%

5.2.2 Il 2003 dei componentisti

Il 2003 è stato un anno moderatamente positivo per i componentisti mondiali, con molti distinguo legati alla specializzazione operativa e ai legami con OEM di maggiore o minore successo.

In questo capitolo, nuovo per l'Osservatorio, proponiamo una breve descrizione e i fatti principali del 2003 per i sei principali player globali della componentistica mondiale e i tre più importanti gruppi italiani. Ove l'informazione era disponibile, particolare attenzione è stata dedicata alle attività di R&S¹⁰.

I global player

Delphi Corporation

Dopo essere stata parte di General Motors fino al 1998, Delphi era a fine 2003 il principale componentista in termini di valore della produzione, cresciuta nel 2003 del 2,4% arrivando così a un fatturato di 28,1 miliardi di dollari di cui 14,4 prodotti dalla divisione "Electrical, Electronic, Safety and Interior" (+ 5,5%) e 12,7 prodotti dal segmento "Dynamics, propulsion and Thermal Systems" (+1,6%).

Nel 2003 Delphi ha proseguito la diversificazione della clientela, riducendo di 4 punti percentuali il peso di General Motors (dal 65% al 61%).

Direttamente presente in 41 paesi con 171 stabilimenti produttivi, 34 centri tecnici e 190 mila addetti, ha venduto nel 2003 il 72,8% della produzione in Nord America, il 22% in Europa e il 3,7% nell'area Asia-Pacifico.

Proseguendo nella riorganizzazione e focalizzazione delle attività, ha acquisito Grundig Car Intermedia System, attiva nell'area dell'*infotainment* – audio e telematica - e ceduto a Delco Remy attività nel segmento degli alternatori e a Collins & Aikman lo stabilimento di stampaggio plastiche a Logrono in Spagna.

Nel mese di marzo ha siglato un'alleanza strategica con Intier Automotive per lo sviluppo di sistemi completi per l'interno del veicolo.

I principali investimenti annunciati nell'anno riguardano un nuovo stabilimento a Matamoros, Messico, per la produzione di sistemi di chiusura delle porte e

¹⁰ Questo capitolo è ampiamente tributario di "The Automotive Technology Roadmap Report", 2004, Autobusiness, disponibile per consultazione presso la CCIAA di Torino.

l'espansione degli stabilimenti di Wyoming (USA), della JV Delphi-Calsonic in Ungheria e di Coopersville (USA) e due centri tecnici in Corea e Cina, che occuperanno rispettivamente 240 addetti da giugno 2004 e 500 addetti da giugno 2005.

Con oltre 16.000 addetti tecnici e 2 miliardi di dollari di spesa in R&S Delphi ha introdotto 250 nuovi prodotti e processi nel 2003.

Le principali innovazioni presentate a Francoforte includono la nuova generazione della tecnologia *common rail* Multec e varie tecnologie legate alla sicurezza: un avvisatore di abbandono della corsia dotato di una tele camera digitale, un sistema di rilevamento del posizionamento dei passeggeri anteriori, basato su un sistema di telecamere, un freno con maggiore capacità frenante e un sistema frenante a disegno semplificato che utilizza meno componenti e permette di ridurre o eliminare i componenti di *boost*.

Robert Bosch GmbH

Parte principale di un gruppo tecnologico che ha fatturato oltre 35 miliardi di euro nel 2003, la divisione autoveicolistica ha fatturato 23,6 miliardi di euro, con un reddito operativo di 1,3 miliardi di euro (5,4%, in crescita rispetto al 3,7% dell'anno precedente), oltre 143 mila dipendenti e investimenti in R&S pari al 9,2% delle vendite.

Leader tecnologico riconosciuto, proprietario tra l'altro delle tecnologie ABS (50% del mercato europeo), ESP, Common rail (70-80% del mercato europeo), Bosch ha depositato 2.750 brevetti nel 2003, 100 in più dell'anno precedente.

I principali investimenti annunciati nell'anno riguardano:

- un nuovo stabilimento per la produzione di iniettori e componenti per sistemi common rail in Thailandia,

- un nuovo stabilimento di 50.000 mq in Ungheria per il trasferimento delle produzioni di strumenti di controllo elettronico da Germania, Francia e Spagna. Investimento previsto 150 milioni di euro, 1900 addetti;
- oltre 100 miliardi di won di nuovi investimenti in Corea per l'espansione delle attività locali in previsione dell'avvio delle vendite di veicoli con motore diesel dal 2005;
- una joint venture al 67% con Weifu High Technology di Wuxi (Cina) per lo sviluppo e la produzione di sistemi di iniezione diesel per il mercato cinese. Investimento previsto 270 milioni di euro entro il 2008 e vendite previste in crescita da 100 milioni di euro nel 2004 (con 1500 addetti) a 1 miliardo di euro nel 2008;
- una joint venture al 50% con Denso basata in Giappone per lo sviluppo di sistemi di navigazione e multimediali per auto

Nel frattempo Bosch ha venduto a Toyoda Machine Works le attività per il controllo della coppia e a Paragon l'attività di sensori chimici della qualità dell'aria, considerate non strategiche.

Nel 2003 Bosch ha introdotto la terza generazione dei suoi iniettori common rail, che permette una riduzione delle emissioni del 15-20% rispetto alla generazione precedente, lanciata nel 2000; l'Electronic Battery Management (EBM), installato nella nuova Audi A8, che controlla l'economia elettrica complessiva del motore; l'airbag di nona generazione, un sistema di controllo modulare dell'attivazione dei sistemi di tenuta – airbag e tensionatori.

Denso

Con vendite ammontanti 2,56 migliaia di miliardi di Yen e in crescita del 9,8%, Denso, controllato da Toyota, è risultato il componentista più redditizio nel 2003 con un margine operativo del 7,4% e un utile netto di 110 miliardi di yen a fronte di vendite pari a 2,56 miliardi di yen, 95 mila addetti, 164 controllate in 30 paesi.

Il Giappone è il principale mercato di destinazione con il 56% delle vendite, seguito dall'America con il 22%; l'Europa pesa per il 13%, con una crescita che, escludendo

gli effetti di cambio, è stata comunque superiore al 15%. Le attività italiane, acquisite da Magneti Marelli sono le principali in Europa (4.000 addetti) e dovrebbero ulteriormente beneficiare a seguito di trasferimenti di tecnologia dal Giappone. Le vendite nell'area Asia-Pacifico, in crescita del 22,3% in valuta locale sono ammontate a 224 miliardi di yen.

Il principale cliente è Toyota, seguito da Honda e Mitsubishi.

L'attività automotive del gruppo (il 90% del totale) è gestita attraverso 6 divisioni:

- Thermal Systems – sistemi di climatizzazione e componenti per il raffreddamento del motore - il 34,9% del totale delle vendite, in crescita del 7,7%;
- Powertrain control Systems – componenti per il controllo della trasmissione e componenti per motori a benzina, diesel e ibridi -, il 22,7% delle vendite complessive, in crescita del 12,1%
- Electronic Systems – cruscotti, smart key, sensori, centraline elettroniche, ecc.- il 14,8% delle vendite complessive, in crescita del 9,6%
- Electric Systems – componenti per il motore e prodotti per il controllo della guida e la sicurezza – il 11,4% delle vendite totali, in crescita del 7,6%;
- Small motors, pari al 7,1% delle vendite complessive, in crescita del 5,7%;
- ITS – sistemi di navigazione, di pagamento elettronico dei pedaggi, advanced vehicle operation systems – pari al 3,6% del totale delle vendite, in crescita del 53,4%.

Tra i principali investimenti annunciati si segnalano:

- la costruzione di un nuovo stabilimento in Corea per la produzione di componenti per sistemi di navigazione;
- un nuovo stabilimento nell'Arkansas (USA) per la produzione di condizionatori e di radiatori per veicoli industriali;

- 280 milioni di dollari di investimento in nuovi impianti e nell'espansione di quelli esistenti in Thailandia all'interno di un piano complessivo d'investimenti da 500 milioni di dollari entro il 2010 nel Sud-est asiatico;
- la costituzione di una società a Vigo, Spagna, per la produzione di condizionatori e radiatori a partire dal 2006.

Nell'anno Denso ha anche annunciato la costituzione di numerose joint venture :

- negli Stati Uniti e in Thailandia con Kyosan Denki per la produzione di vari componenti tra cui pompe e filtri per carburante;
- in Cina, con Guangzhou Automobile Group Component per la produzione di 240 mila condizionatori all'anno entro il 2006 e con Fawer Automotive Parts per la produzione di condizionatori a partire dal 2005;
- sempre in Cina con Shangai Pudong "EV" Fuel Injection e con Shangai Dong Song International Trading per la produzione di iniettori per motori diesel;
- in Giappone con Blaupunkt (Bosch) per la produzione di sistemi di navigazione e multimediali;
- in Polonia con Toyoda Boshoku per la produzione di componenti motore .

Denso spende circa l'8% del fatturato in R&S, concentrata nei laboratori di ricerca in Giappone.

Tra le innovazioni più recenti:

- i nuovi sistemi di iniezione ad alta pressione che competono con il Common Rail di Bosch;
- moduli pompa iniezione GH, grandi il 40% in meno e che consumano il 25% di energia in meno delle pompe convenzionali;
- "electric combination valves": valvole elettriche che durante la fase di riscaldamento del motore convogliano aria calda verso gli scarichi per permettere al catalizzatore di raggiungere più rapidamente la temperatura minima di funzionamento;

- il primo sistema elettronico al mondo di pagamento dei pedaggi “built-in”, integrato con il navigatore e con funzioni di supporto vocale;

Visteon

Creata nel 1997 come “spin-off” del gruppo Ford, Visteon è dal 2000 un componentista indipendente.

Nel 2003 ha fatturato 17,7 miliardi di dollari (-4,4% su 2002) , il 76% dei quali ancora destinato al gruppo Ford (in calo dall’80% del 2002), con 72.000 addetti, con una perdita operativa di 1,1 miliardi di dollari.

La produzione ha luogo in 135 stabilimenti produttivi, 60 dei quali in Nord America e 44 in Europa ed è venduta per il 67% negli Stati Uniti. L’Europa ha rappresentato nel 2003 il 18% delle vendite.

L’evento più importante del 2003 è stata la firma di una serie di accordi con Ford, che rivedendo accordi strutturali e commerciali siglati nel 2000, rivelatisi eccessivamente onerosi, ne hanno significativamente migliorato le prospettive in termini di flussi di cassa.

Contestualmente è proseguita la focalizzazione del business sulle attività core attraverso l’uscita dal settore dei sedili (le cui attività verranno progressivamente trasferite a Johnson Control), l’annuncio della cessione delle produzioni di colonne dello sterzo e l’acquisto dal gruppo spagnolo Antolin di un’unità di assemblaggio dei cruscotti (Antolin-IPV di Almusafes) vicino a Valencia.

Nel corso dell’anno Visteon ha annunciato i seguenti investimenti e joint venture:

- due nuovi stabilimenti in Germania vicino a Emden e a Mosel, che produrranno serbatoi per la nuova Volkswagen Passat dall’ultimo trimestre 2004;
- l’ammodernamento e espansione del sito di Palmela (Portogallo) con la costruzione di un nuovo centro di engineering per aumentare le capacità di sviluppo prodotto locali;

- l'apertura di un centro tecnico in Messico per l'ingegnerizzazione di sistemi elettronici e pianali;
- un nuovo impianto per la produzione di compressori nel sito Alba a Szekesfehrvar (Ungheria);
- una joint venture negli Stati Uniti con Nissan e Lextron per l'assemblaggio di plance e moduli frontali per SUV Nissan.

La spesa per R&S si è mantenuta al 5%, invariata rispetto al 2002, nonostante le difficoltà finanziarie del gruppo.

L'innovazione di prodotto è fortemente concentrata sulla divisione telematica. Le innovazioni più recenti sono:

- la Visteon bluetooth interface: prima soluzione "a mani libere", che integra telefonia blue-tooth e tecnologie Visteon di sintesi vocale, installata sulle BMW serie 3 e 5 in Europa,
- nuovi sistemi audio ad alta qualità con Boston Acoustics;
- QinetiQ, un "manager cognitivo" che gestisce le informazioni da trasmettere al guidatore in modo da minimizzare il carico sulla sua attenzione;
- il sistema di radar intelligente "Cocoon": composto da radar, cruise control adattivo, avvisatore di cambio di corsia;
- un sistema avanzato di illuminazione frontale, che combinato con il precedente ottimizza il comportamento dei fari sulla base delle condizioni ambientali.

Johnson Controls

Il principale produttore indipendente di sistemi interno e di seduta, Johnson Controls è il quinto componentista mondiale per giro d'affari nel 2003 con vendite automotive pari a 17,1 miliardi di dollari (il 75% del totale del gruppo), in rialzo del 14% rispetto al 2002; reddito operativo pari a 863 milioni di dollari (5% della produzione, -2% su 2002); 119.000 addetti totali e 275 stabilimenti in 28 paesi. I principali mercati geografici nel 2003 sono stati il Nord America (54%), e l'Europa (38%).

Mentre l'attività europea è incentrata sui sistemi di seduta, in cui la società ha una quota del 30% di un mercato stimato 38 miliardi di dollari, Johnson Controls in America è anche leader nella produzione di batterie auto (leader mondiale con il 24% del mercato), segmento in cui ha effettuato due acquisizioni in Europa nel 2002.

Dopo l'acquisto di Varta Automotive nella seconda parte del 2002, nel 2003 ha acquisito Borg Instruments, un produttore tedesco di componenti elettronici e sistemi di informazione e assistenza al guidatore di alta gamma, e annunciato l'intenzione di cedere a Beru le sue attività francesi di produzione di candele d'accensione.

Ha altresì annunciato l'acquisto di un sito di 27.000 mq vicino a Bucarest (Romania).

Le spese in R&S sono ammontate a 929 milioni di dollari in crescita del 16% rispetto all'anno precedente.

I principali nuovi prodotti lanciati nel 2003 sono:

- il sistema Open Seating, per la seconda e terza fila di sedili per auto e veicoli commerciali, che fornisce sedili "full size" a scomparsa quando non utilizzati;
- la tecnologia telematica BlueConnect per la comunicazione blue-toioth a mani libere
- il sistema di personalizzazione del veicolo Railport, che permette la *customizzazione* del veicolo con accessori modulari grazie ad un sistema di attacco innovativo alla "cappelliera", il sistema di personalizzazione degli interni Floor rail, che incorpora una rotaia di alluminio che permette il posizionamento di una o più console che possono essere mosse e sistemate in qualsiasi punto lungo la rotaia.

Lear Corporation

Superata da Johnson Controls nella classifica dei maggiori fatturati del 2003, Lear Corporation, che si presenta come il principale produttore mondiale di sistemi interni. Ha fatturato nel 2003 15,7 miliardi di dollari in crescita del 9% rispetto all'esercizio precedente, con un reddito operativo di 721 milioni di dollari (5% delle vendite, in calo del 3% rispetto al 2002) e un reddito netto di 385 milioni di dollari. Lear, che

opera esclusivamente nel settore automotive, può contare su 289 siti operativi in 34 paesi e su 111.000 addetti di cui 34.000 in Europa.

La produzione è per il 59% venduta sul mercato americano, per il 36% su quello europeo e per il 5% nel resto del mondo. Ford e GM sono i maggiori clienti e pesano complessivamente per il 47% della produzione (59% includendo le controllate internazionali)

Il segmento sedili rappresenta il 68% delle vendite, gli interni il 18% e il segmento elettrico-elettronico il 14%.

Cresciuta per linee esterne attraverso una serie di 17 acquisizioni tra il 1994 e il 1999, Lear Corporation ha recentemente focalizzato la sua strategia sull'espansione delle sue capacità di R&S, per cui spende solo l'1% delle vendite, e sull'offerta di soluzioni complete per gli interni, dal design fino alla consegna. A dicembre 2003 ha annunciato il primo contratto come integratore totale di interni, inclusi anche i sistemi di distribuzione elettrica per il modello 2006 della Cadillac DeVille.

I nuovi prodotti sviluppati sono l'Occusense – sistema di sensori inserito nel sedile per la rilevazione delle caratteristiche e della posizione dell'occupante -; il Clearview – sistema di fari “intelligenti”-; l'Intellitire – sensore che permette la rilevazione della pressione degli pneumatici - e la Mediaconsole – console multimediale.

I principali italiani

Brembo

Fiore all'occhiello della componentistica italiana, il gruppo Brembo è sinonimo di sistemi frenanti ad alte prestazioni, sia per autoveicoli sia per motocicli.

Il 2003 è stato un anno decisamente positivo per Brembo che ha fatturato 633,7 milioni di euro, con una crescita del 12% rispetto all'anno precedente, un reddito operativo pari all' 8,5% dei ricavi, in linea con il 2002 e un reddito netto pari al 4,6% dei ricavi (3,6% nel 2002).

Brembo è presente in quattordici paesi con proprie strutture produttive e commerciali, con un totale di oltre 3.900 tra dipendenti e collaboratori.

Le vendite complessive del gruppo sono destinate per i 2/3 alle autovetture di serie, per il 12,5% ai veicoli industriali e commerciali; il 7% è venduto al mercato delle corse (auto e moto). La produzione rimanente è destinata alle moto di serie.

Il gruppo Brembo è presente sia nel primo equipaggiamento, dove può vantare in esclusiva clienti come Porsche, Ferrari, Maserati e Lamborghini, e fornisce anche BMW, Daimler Chrysler, Fiat, Nissan, Renault e Volkswagen, sia nel mercato del ricambio in cui, con oltre 1.000 codici prodotto dichiara la maggiore copertura disponibile per i modelli di auto circolanti in Europa.

L'Italia, a cui è destinato il 26,1% delle vendite, è il principale mercato, seguito a breve distanza dalla Germania (23,2%). Complessivamente i mercati dell'Unione Europea hanno assorbito il 72,5% delle vendite, l'area NAFTA il 13,2% (in calo dal 15,7% del 2002 anche per effetti di cambio), l'Asia il 6,5% (4,7% nel 2002). Il mercato più dinamico è risultato quello asiatico, grazie soprattutto alla crescita delle vendite di primo equipaggiamento in Giappone.

Confermando il suo posizionamento come componentista con elevato orientamento all'innovazione, Brembo ha annunciato nel mese di novembre l'accordo per la costituzione di una nuova joint-venture al 50% con Daimler-Chrysler, per lo sviluppo, la produzione e la vendita di dischi-freno in ceramica. E' prevista una produzione annua di 15.000 unità dal 2006.

Nel mese di gennaio è stato altresì raggiunto un accordo con il partner cinese relativo alla partecipazione al 25% di Brembo nella joint venture Nanjing Yuejin Automotive Brake System, annunciata nel corso del 2002.

In Italia si segnala l'affitto del ramo di azienda della Bradi Spa, società produttrice di dischi freno in procedura concorsuale, operativo a partire da aprile, in attesa del perfezionamento dell'acquisto.

Il cuore della ricerca e sviluppo del gruppo è rappresentato da un nucleo di 50 ingegneri e tecnici che operano all'interno del Centro Ricerca e Sviluppo di Curno,

cui si affiancano ingegneri, tecnici e specialisti delle business unit per un totale di oltre 370 addetti complessivi (il 9% degli addetti totali del gruppo).

Nel corso del 2003 sedici progetti innovativi sono passati dalla fase di concezione allo sviluppo applicativo; tra questi nell'ambito autoveicolistico:

- l'utilizzo di nuovi materiali per lo sviluppo di dischi ceramici altamente performanti. I dischi in compositi ceramici sono 60% più leggeri dei dischi tradizionali in acciaio; hanno prestazioni frenanti migliori e durata pari alla vita del veicolo; il loro costo, attualmente decuplo rispetto ai dischi in acciaio, ne ha per il momento ristretto l'applicazione alla Formula Uno e ad alcuni modelli Ferrari;
- l'ottimizzazione dei sistemi di pinze per auto per migliorare il confort.

Brembo è inoltre impegnata nello sviluppo di un sistema frenante elettrico completo insieme ad un gruppo internazionale di cui fanno parte anche SKF e Johnson Electrics (Hong Kong).

Sogefi

Con un fatturato 2003 consolidato di 902 milioni di euro, in linea con l'anno precedente, SOGEFI è il più grande componentista italiano quotato in borsa.

Al netto dell'effetto sfavorevole del cambio e della contrazione del perimetro di consolidamento, la crescita è del 4,4%.

Anche la redditività operativa è stabile, poco sotto il 9% delle vendite, mentre l'utile netto passa dal 2,6 al 3,2%.

Il gruppo Sogefi è attivo in due segmenti: componenti per sospensioni, 45% del fatturato e in crescita del 3,2%, e filtrazione, 55% del fatturato e in calo dell'1,3%.

Le vendite destinate al primo equipaggiamento sono cresciute di quasi il 6% e pesano a fine 2003 per il 58,7%. Sono invece in calo dell'8,1% le vendite di ricambi, con un tenuta migliore dei ricambi originali (-2,4%) e un calo superiore al 10% dei ricambi non originali.

Il gruppo Sogefi è presente in 14 paesi con 44 stabilimenti produttivi – 34 in Europa e 10 nel resto del mondo.

La Francia è il principale mercato di destinazione di Sogefi, con un peso del 30,6% in aumento rispetto al 29% del 2002, grazie alla crescita degli acquisti dei due principali clienti del gruppo, PSA e Renault. In calo sensibile risultano le vendite italiane, scese dell'8,1% (il 15% delle vendite complessive), e quelle in Gran Bretagna e Sud America per l'effetto negativo del cambio. Appaiono invece in espansione gli altri mercati europei (+7,2%), che pesano complessivamente per il 31,7% delle vendite. Quantitativamente irrilevanti le vendite nel Nafta e in Asia, verso cui sono peraltro indirizzati i principali sforzi di espansione.

Le attività di carattere straordinario sono state indirizzate alla focalizzazione del gruppo sulle aree chiave, con la cessione di attività non più strategiche:

- il 50% nella FIAMM Sogefi Buzinas Ltda, società brasiliana attiva nella produzione e commercializzazione di avvisatori acustici,
- il 24% nel capitale della Jamna-NHK-Allevarud Suspension Components Ltd, società operante nei componenti per sospensioni nel mercato indiano, che non è più considerato strategico per l'assenza dei principali clienti del Gruppo tra i costruttori locali.

Ulteriori operazioni hanno interessato gli immobili industriali, anche a seguito della razionalizzazione delle attività nella filtrazione che ha portato alla chiusura di uno stabilimento italiano (Castelfranco Veneto).

Magneti Marelli

Nonostante il significativo snellimento degli anni precedenti, che hanno portato ad un calo della produzione nell'ordine del 30% dal 2000, Magneti Marelli era a fine 2003 di gran lunga il maggiore componentista italiano in assoluto, con un fatturato di oltre 3,2 miliardi di euro, di cui l'85% indirizzato al mercato del primo equipaggiamento e il 15% a quello del ricambio. Partner tecnico del team Ferrari è fornitore dei principali team di Formula Uno.

Al gruppo Fiat è stato destinato nel 2003 il 45,3% delle vendite; la diversificazione della clientela comunque procede e il 70% degli ordini acquisiti nel periodo 2003-4 è esterno al gruppo.

Dopo due anni di pesanti perdite operative, nel 2003 il gruppo ha prodotto un reddito operativo pari all'1% delle vendite.

L'Italia è il principale mercato di Magneti Marelli, con il 49,1% della produzione e il 38% delle vendite, seguita dalla Germania (rispettivamente 13,0% e 13,6%), dalla Francia (7,4% e 10,5%), dal Sudamerica (7,2% e 6,9%) e dal Nord America (6,3% e 6,9%). Il contributo netto del gruppo alla bilancia commerciale del settore è stato quindi positivo per circa 350 milioni di euro.

La decisione del gruppo Fiat di togliere Magneti Marelli dal mercato a fine 2002 e l'aumento di capitale deliberato per la riorganizzazione delle attività e lo sviluppo di nuove iniziative hanno rappresentato le basi per una significativa ripresa di attività, simboleggiata sia dal riacquisto da Bosch del 25,1% di Automotive Lighting, sia dalle innovazioni introdotte sul mercato.

L'attività di Magneti Marelli era organizzata a fine 2003 in cinque aree di business, quattro manifatturiere (illuminazione, sistemi di controllo motore, sistemi di sospensione e sistemi di scarico) e una di servizi (Midas), ceduta nel corso del 2004.

Le due aree di business manifatturiere più "interessanti" sono:

- Automotive Lighting: il 32% del fatturato, oltre 7.800 addetti e una quota del mercato mondiale delle lampade frontali del 12%, che sale al 26% in Europa, grazie ad un parco clienti molto ricco tra i principali OEM europei. Con un 4,7% del fatturato destinato alla ricerca e sviluppo, Automotive Lighting si è confermato leader nei prodotti high-tech, che hanno visto nel 2003 la commercializzazione dei primi sistema di illuminazione frontale adattiva (i fari ruotano grazie all'azione di un modulo per la rotazione orizzontale del fascio anabbagliante, controllato da un'apposita centralina integrata, che tiene conto di velocità, angolo di sterzata e imbardata per ottimizzare l'illuminazione in curva);

- Powertrain: con il 23,1% del fatturato e 4.178 addetti, è l'area emergente del gruppo, che manifesta una crescita, al netto degli effetti dei tassi di cambio, pari al 10,2%. La crescita è dovuta sia al successo dei sistemi di controllo del motore, in particolare diesel e a iniezione diretta, sia alla crescita delle vendite del cambio manuale-automatico Selespeed.

Nel corso dell'anno è stata avviata la commercializzazione sul mercato brasiliano di un nuovo sistema di gestione dell'alimentazione multi-carburante – il Software Flexfuel Sensor (SFS) – un programma elettronico integrato nel modulo della centralina che identifica e quantifica la corretta miscelazione di alcool e benzina nel serbatoio, utilizzando le informazioni ricevute dai sensori del sistema controllo motore e dalla sonda lambda. Il sistema è stato interamente sviluppato e realizzato da Magneti Marelli in Brasile per BMW, Fiat Auto, Ford e Volkswagen ed è attualmente disponibile sulla VW Gol, Fiat Palio e Ford Fiesta.

La spesa in R&S in questa area di mercato è superiore al 10% delle vendite, in linea con la migliore concorrenza. Tra i prodotti in fase di sviluppo una versione ulteriore del SFS, denominato Tetrafuel Flexible Fuel System, che permette al motore la gestione contemporanea di quattro diversi combustibili, ritenuto promettente per affrontare i crescenti problemi di inquinamento del mercato cinese e la seconda e terza generazione del cambio Selespeed, che riducendo il tempo della cambiata a 130 (nella seconda parte del 2004) e a 90 millisecondi (nel 2005) supererà completamente il problema del ritardo nella risposta del cambio rispetto alla versione manuale.

6 IL MERCATO ITALIANO DEI COMPONENTI

Questo capitolo, il cuore del nostro rapporto, è dedicato all'analisi dell'evoluzione della componentistica autoveicolistica nel 2003 in Italia.

Si compone di 4 paragrafi.

Nel primo presentiamo un breve inquadramento congiunturale, da cui si evince una discreta ripresa del trend produttivo complessivo rispetto all'anno precedente.

Nel secondo elaboriamo le nostre stime sul valore della produzione di componenti in Italia, suddivisa per primo equipaggiamento e per ricambio, e sui flussi di commercio internazionale di fonte ISTAT.

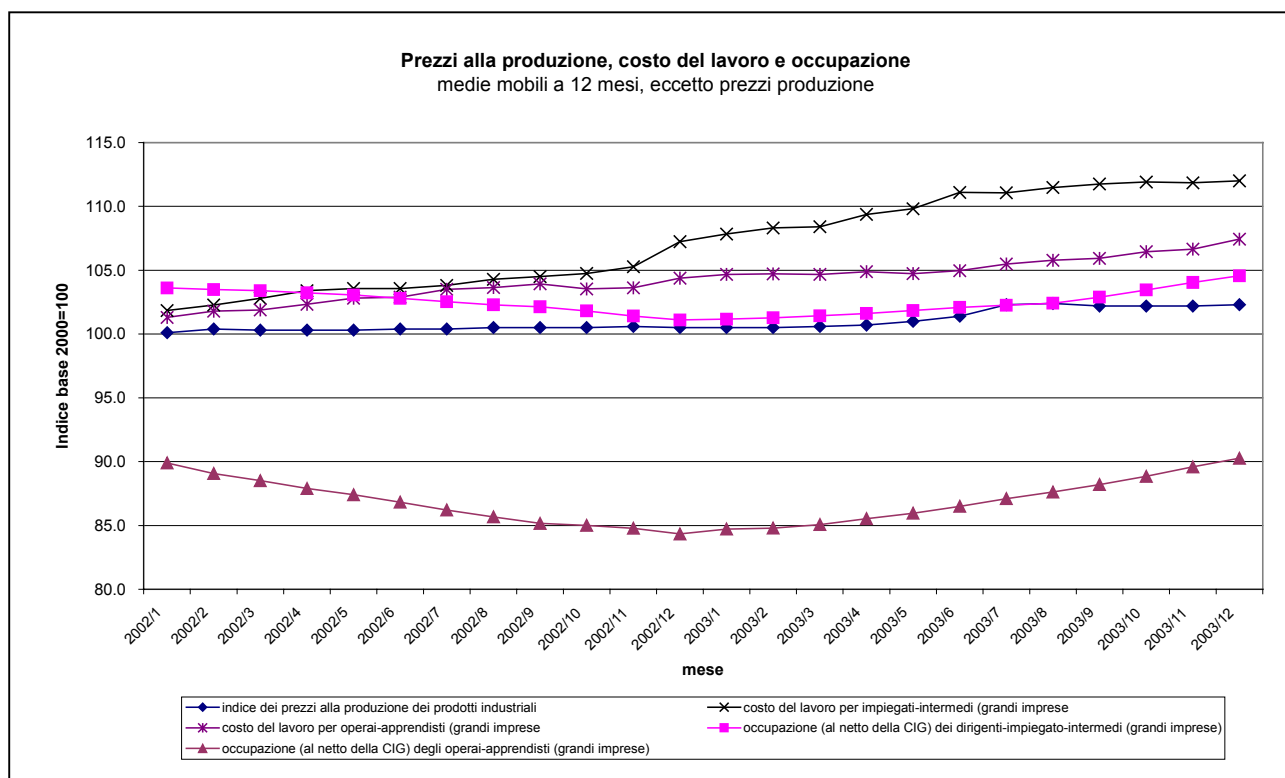
Il paragrafo successivo, analizza alcune tendenze relative all'attività internazionale, agli acquisti e agli investimenti, sulla base delle risposte alla survey.

L'ultimo paragrafo raccoglie le opinioni qualificate relativamente ad alcuni temi chiavi raccolte attraverso una serie di interviste a testimoni qualificati della componentistica in Italia.

Il capitolo è integrato da un'intervista al prof. Giuseppe Volpato.

6.1 L'inquadratura congiunturale italiano

Questo paragrafo contiene un sintetico inquadramento dell'evoluzione congiunturale della classe ATECO DM 343 - Fabbricazione di parti e di accessori per autoveicoli e per loro motori – che raggruppa circa l'80% della produzione delle imprese della componentistica auto. I dati, di fonte ISTAT, sono presentati sotto forma di medie mobili a 12 mesi al fine di eliminare gli effetti di stagionalità.

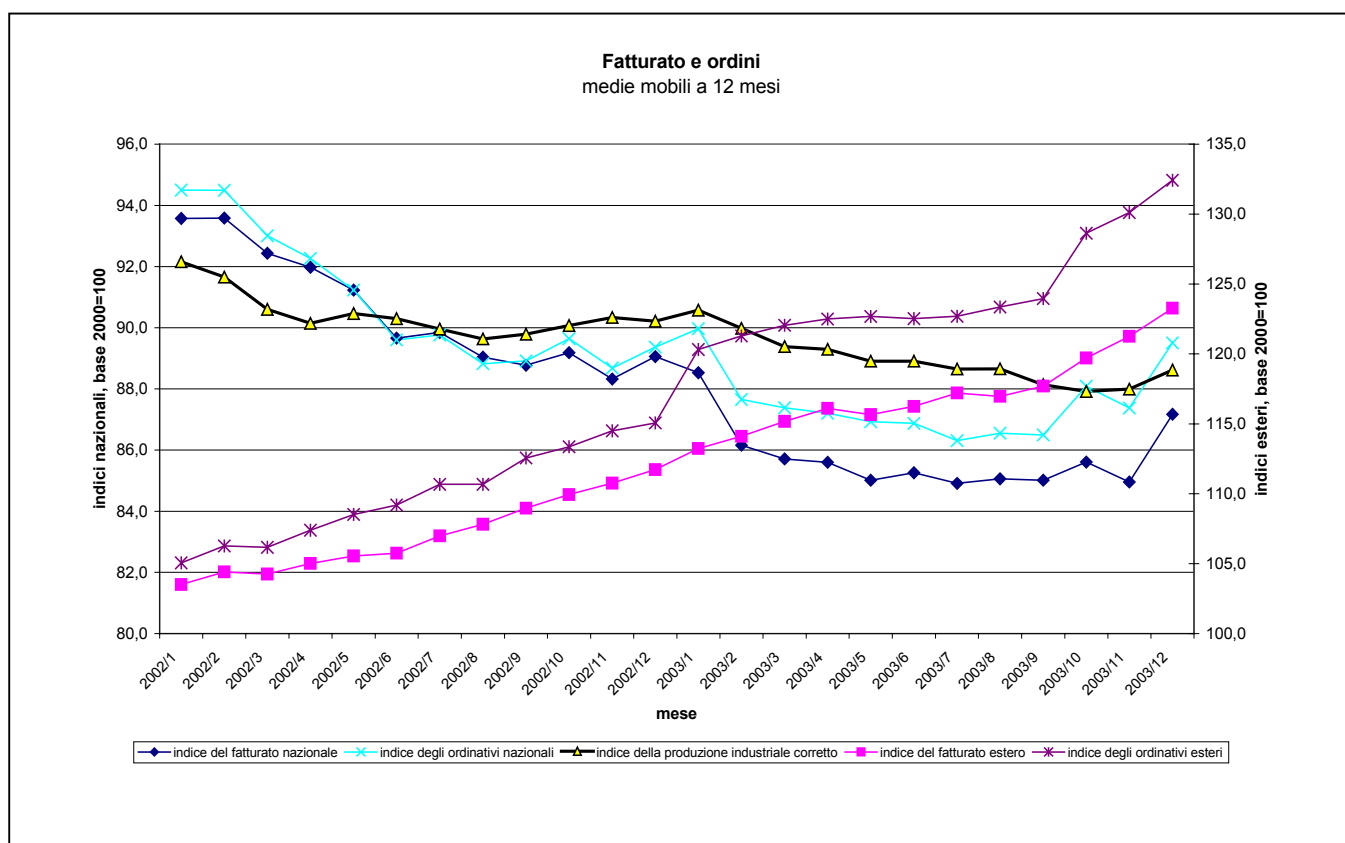


Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ISTAT.

In estrema sintesi si può affermare che il 2003 è stato caratterizzato da un significativo recupero del quadro congiunturale, rispetto all'annus horribilis 2002. Particolarmente significativi i dati sull'occupazione degli operai nelle grandi imprese, il cui indice, in continuo calo nel 2002, recupera durante tutti i mesi del 2003 e supera a dicembre 2003 il valore di gennaio 2002 (pur rimanendo di ben 10 punti percentuali inferiore al 2000). Positivi anche tutti gli altri indicatori occupazionali che vedono un incremento del ricorso agli straordinari e un contemporaneo calo della cassa

integrazione, con la parziale eccezione del ricorso alla CIG per gli impiegati, che inizia a calare solo nell'autunno 2003.

La crescita è trainata dalla componente internazionale, che prosegue il trend di crescita degli anni precedenti, con un'accelerazione all'insù sia del fatturato sia degli ordini esteri nell'ultimo trimestre. L'erosione del fatturato e degli ordini nazionali a sua volta si arresta nell'estate per dare i primi segni di miglioramento proprio a fine anno, con un modesto riflesso sull'indice della produzione industriale (in quantità).



Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ISTAT.

La crescita del commercio internazionale, per la quale si rimanda al par. 7.3 di questo rapporto è trainata nel 2003 dalla componente extra UE, più debole nel 2002.

Un segnale di cautela, infine, arriva dalla dinamica del costo del lavoro che si mantiene superiore a quella dei prezzi alla produzione; se non si tratta di aumento di produttività è il segnale di una ulteriore erosione dei modesti margini di redditività del settore.

6.2 La produzione italiana di componenti¹¹ e il commercio internazionale

6.2.1 Premessa

Per valutare l'andamento del settore componentistico nazionale è opportuno proporre qualche considerazione preliminare.

Il comparto componentistico rifornisce i due mercati del primo equipaggiamento e del ricambio. Il primo è condizionato dall'andamento della domanda dei Costruttori, che a sua volta dipende dall'andamento della produzione e del valore intrinseco dei componenti che vengono assorbiti nella produzione degli autoveicoli. Internazionalmente l'assorbimento medio del primo equipaggiamento è del 65-75% della produzione di componenti.

Il mercato del ricambio (il restante 25-35%) si evolve seguendo lungo le linee evolutive del parco circolante in termini di quantità (numero dei veicoli circolanti), anzianità (quanto più i veicoli circolanti sono vecchi, tanto più richiedono riparazioni e sostituzioni), e qualità (il miglioramento della qualità dei veicoli allontana il bisogno di riparazioni). Il numero degli incidenti automobilistici e il riciclo dei componenti usati sono altri elementi condizionanti.

Le interrelazioni tra i due mercati sono molto importanti. Da una parte i Costruttori tendono ad impossessarsi del mercato del ricambio, rafforzando la propria rete distributiva-assistenziale, per motivi economici (vi si spuntano prezzi migliori), di fidelizzazione del cliente e di impegno nei servizi di assistenza e garanzia. Dall'altra la scelta degli automobilisti al momento della riparazione-sostituzione, non è indifferente all'alone di superiorità (affidabilità, tecnologia aggiornata) che rivestono i ricambi "originali" e le reti assistenziali dei Costruttori.

La domanda del primo equipaggiamento, generalmente e sia pur entro limiti sempre più intaccati dalla concorrenza globale, tende ad essere nazionale, per l'importanza (e la riservatezza) che hanno i rapporti diretti nella collaborazione tra Costruttore e

¹¹ Rispetto alle edizioni precedenti non sono riportate stime sulla domanda italiana di componenti. Ciò per l'impossibilità di addivenire ad una stima affidabile, in assenza di qualsiasi indicazione sull'evoluzione della composizione degli acquisti del principale costruttore italiano.

Fornitore (in particolare nella fase di progettazione di nuovi modelli), oltre che per attaccamento alla propria bandiera.

La domanda del ricambio è invece più “aperta” in quanto, pur nella salvaguardia di certi livelli di affidabilità e nella suggestione dei prodotti “originali”, è molto sensibile al prezzo. La natura “imitativa” dei ricambi “non originali” allarga internazionalmente le fonti di rifornimento, comprendendovi produzioni di paesi a basso costo di mano d’opera.

6.2.2 I numeri della componentistica italiana

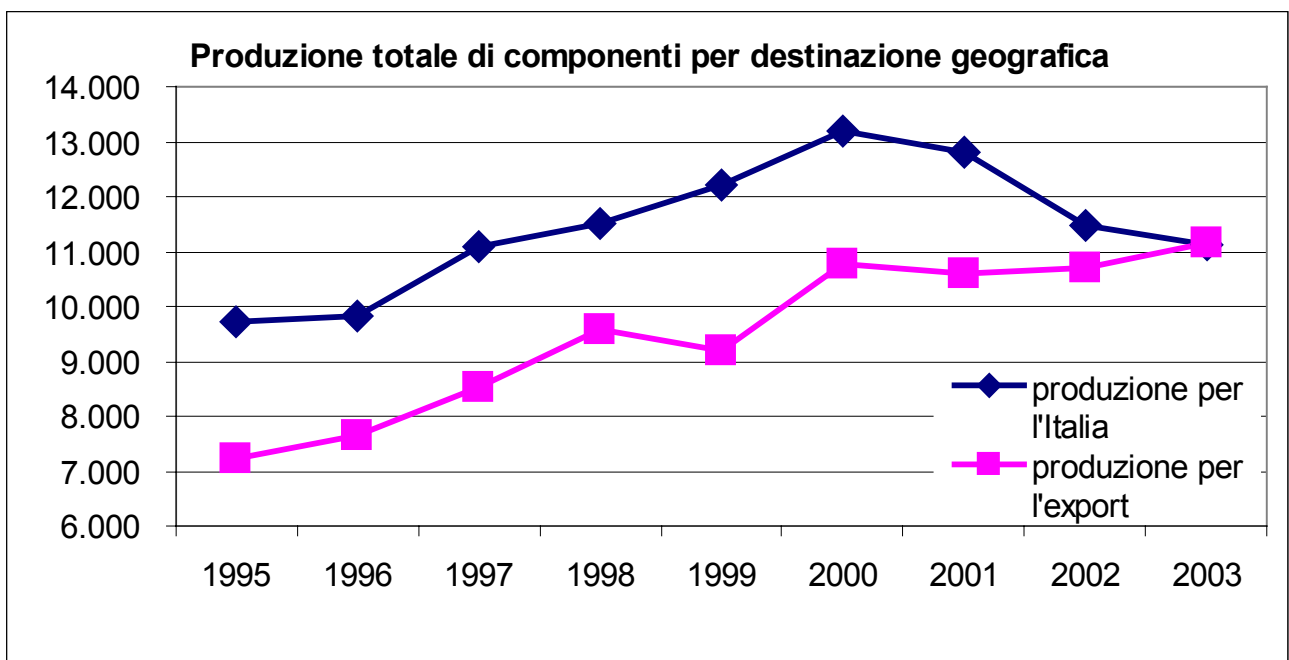
Dopo due anni di forte contrazione, la produzione italiana di parti e componenti per autoveicoli ha registrato nel 2003 un modesto incremento (+0,5%), attestandosi al valore di 22,3 miliardi di euro.

PRODUZIONE	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
1° Eq. (OEM) Italia	7.641	8.792	9.351	9.994	10.864	10.415	9.014	8.617
1° Eq. (OEM) export	2.950	3.318	3.805	4.223	5.015	5.451	5.348	5.899
Tot. 1° Eq. (OEM)	10.591	12.110	13.156	14.217	15.879	15.866	14.362	14.517
Ricambio (AM) Italia	2.189	2.281	2.159	2.228	2.336	2.389	2.449	2.506
Ricambio (AM) export	4.698	5.209	5.763	4.958	5.753	5.153	5.353	5.252
Tot. Ricambi (AM)	6.887	7.490	7.922	7.186	8.089	7.542	7.801	7.758
Totale	17.478	19.600	21.078	21.403	23.968	23.408	22.164	22.275

variazione %	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
1° Eq. (OEM) Italia	1,1%	15,1%	6,4%	6,9%	8,7%	-4,1%	-13,5%	-4,4%
1° Eq. (OEM) export	6,3%	12,5%	14,7%	11,0%	18,8%	8,7%	-1,9%	10,3%
Tot. 1° Eq. (OEM)	2,5%	14,3%	8,6%	8,1%	11,7%	-0,1%	-9,5%	1,1%
Ricambio (AM) Italia	1,9%	4,2%	-5,3%	3,2%	4,8%	2,3%	2,5%	2,3%
Ricambio (AM) export	5,4%	10,9%	10,6%	-14,0%	16,0%	-10,4%	3,9%	-1,9%
Tot. Ricambio (AM)	4,2%	8,8%	5,8%	-9,3%	12,6%	-6,8%	3,4%	-0,6%
Totale	3,2%	12,1%	7,5%	1,5%	12,0%	-2,3%	-5,3%	0,5%

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Per destinazione geografica, si osserva un calo della produzione complessiva destinata al mercato nazionale del 3,0% al valore di 11,1 miliardi di euro e una crescita della produzione per l'estero, per la prima volta superiore alla precedente, pari al 4,2% al valore di 11,2 miliardi.

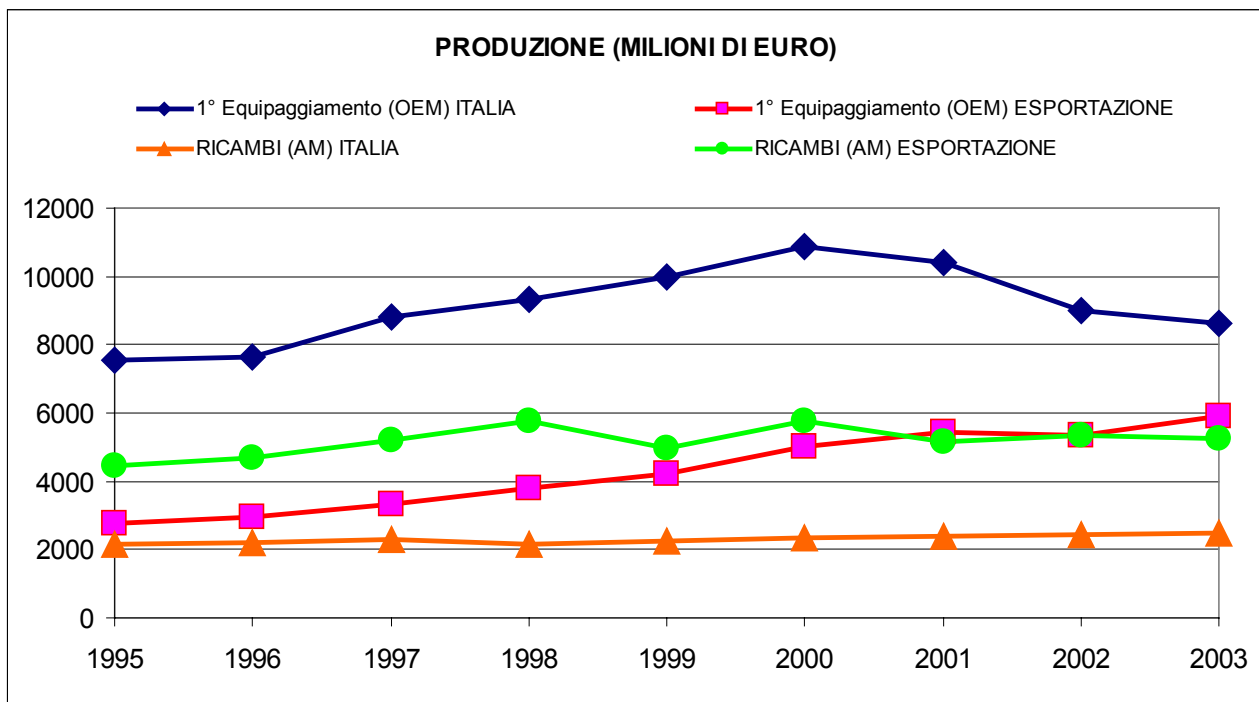


Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Per destinazione all'interno del mercato autoveicolistico, si registra un incremento dell'1,1% al valore di 14,5 miliardi di euro (65,2% del totale) della produzione destinata al primo equipaggiamento (che si confronta con un calo del 9,5% nel 2002) e di un calo dello 0,6% al valore di 7,8 miliardi di euro (34,8%) della produzione destinata al mercato del ricambio (+3,4% nel 2002).

A fronte di queste variazioni di piccolo ammontare, si osserva una forte, anche se non inattesa, divergenza tra l'andamento del mercato nazionale e quello internazionale sia nella produzione per l'OEM sia in quella per il mercato del ricambio.

La produzione di primo equipaggiamento destinata al mercato nazionale cala del 4,4% sul 2002 con un valore di 8,6 miliardi di euro (59,4% della produzione OEM), mentre quella destinata alle esportazioni cresce del 10,3% sul 2002 pari ad un valore di 5,9 miliardi di euro (il 40,6% del totale).

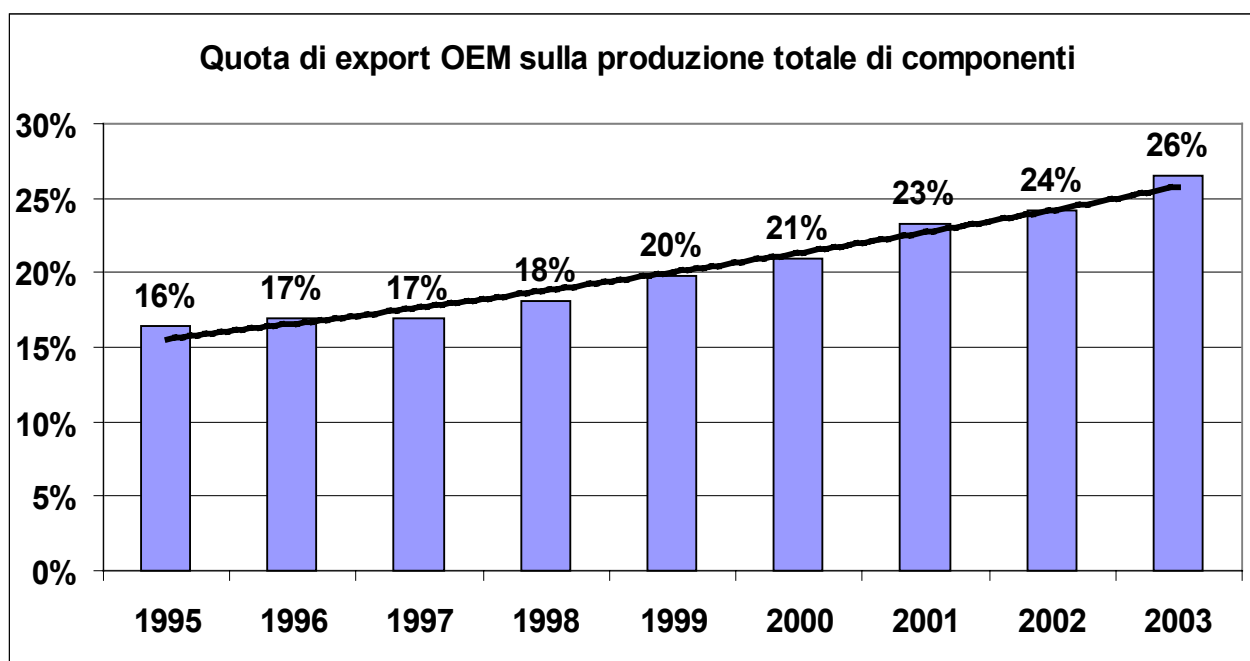


Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

L'andamento del mercato del ricambio è speculare rispetto a quello per l'OEM.

La produzione per il mercato nazionale cresce del 2,3% uguale ad un valore di 2,5 miliardi di euro e quella destinata alle esportazioni diminuisce dell'1,9% con un valore di 5,2 miliardi di euro.

I dati presentati confermano e rafforzano la sensazione di una forte reazione dei produttori di parti e componenti autoveicolistici alle minacce rappresentate dal calo del mercato nazionale del 1° equipaggiamento, dalla incerta congiuntura internazionale, dalla crescente concorrenza dei mercati emergenti, cui nel 2003 si è aggiunto un sensibile apprezzamento dell'euro rispetto alle altre principali valute internazionali. Numerose imprese stanno raccogliendo i frutti di una strategia di diversificazione della clientela OEM, avviata sin dalla seconda parte degli anni novanta, all'emergere dei primi segnali di difficoltà del costruttore nazionale, e sono riusciti ad aumentare costantemente le vendite verso costruttori stranieri, soprattutto tedeschi e francesi, come testimoniato dal trend in solida crescita dell'export OEM.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Si tratta di una “conversione” comunque difficile, sia per la necessità di localizzare numerose produzioni a breve distanza dagli stabilimenti di assemblaggio finale dell’autoveicolo (co-localizzazione), sia per la difficoltà di competere con concorrenti con presenze consolidate, in un mercato, quello dell’auto, che in Europa negli ultimi dieci anni ha confermato un elevato livello di saturazione. La continua ricerca di abbattimento dei costi da parte dei costruttori (vedi Capitolo sui trend) rappresenta comunque un’opportunità per componentisti che sappiano coniugare innovazione, qualità e competitività di prezzo.

In misura inferiore vi hanno contribuito le imprese medie e piccole che producono ricambi. Si sono impegnate nel rendersi più efficienti, nel cercare nuovi mercati, nell’allargare le referenze dei propri cataloghi, nel contrastare anche con sacrifici di redditività la concorrenza dei mercati a bassi costi di mano d’opera.

Aziende meno dinamiche e specializzate in prodotti a minore complessità tecnologica e maggiore complessità logistica, hanno subito delle contrazioni significative in entrambi i mercati; tra le imprese con produzioni meno qualificate e specializzate si sono registrate chiusure e spostamenti verso altri settori.

Il panorama del comparto risulta perciò oggi molto disomogeneo, fatto di imprese ormai attestate su mercati differenziati e di imprese ancora a sviluppo nazionale. Per le prime, il gioco sarà difficile ma ci sono buone opportunità di valorizzare le competenze, le esperienze maturate e le capacità imprenditoriali ed innovative. Per le altre, il futuro “automotive” può risultare compromesso, salva la possibilità di ricollocarsi a livelli più bassi della filiera, inserendo la propria produzione in quella di fornitori dei livelli superiori, o cercando lo sviluppo in altri settori, diversificando i prodotti¹².

D'altra parte, se un tempo il settore presentava un ampio ventaglio di fornitori di 1° livello a controllo proprietario italiano capaci di “globalità” e con le carte in regole per essere fornitori di sistemi e moduli, oggi questa presenza è limitata a un numero ristretto¹³.

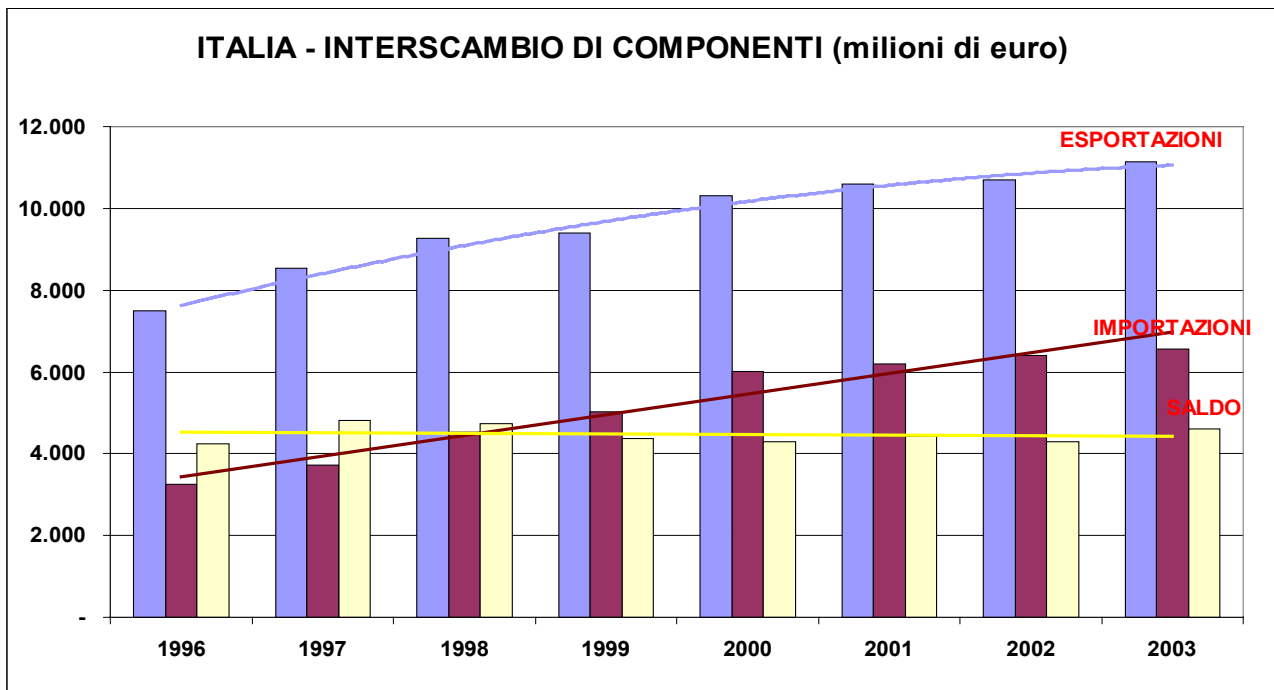
6.2.3 L'interscambio di componenti

Nel 2003 l'Italia ha esportato componenti per 11,1 miliardi di euro, e ne ha importati 6,5 miliardi, con variazioni rispettivamente di +4,2% e +2,2%. In considerazione del cambio sfavorevole dell'euro sul dollaro il risultato è di un certo rilievo.

Nel 2003 i saldi non solo sono ampiamente positivi, ma hanno ripreso un trend crescente, per la prima volta dal 1995.

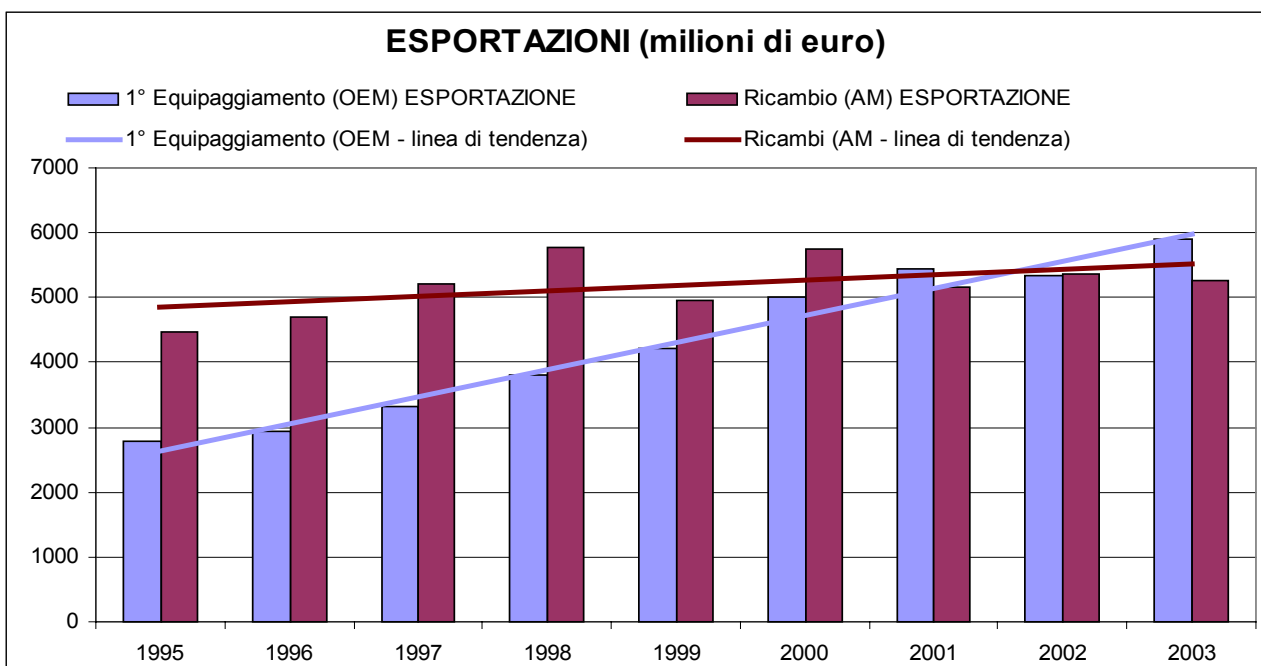
¹² Vedi anche l'intervista a G. Volpato. In Francia gli studi settoriali del Ministero dell'Industria per l'anno 2002 rilevavano una situazione sostanzialmente simile.

¹³ Con la vendita di Teksid Aluminium e gli interrogativi sul futuro di Magneti Marelli Sospensioni e Magneti Marelli Automotive Lighting (già partecipata da Bosch), *Comau*, e con la crisi di importanti imprese della componentistica o di attività collaterali (Itca, Maggiore, Stola), la presenza di fornitori di spessore internazionale (anche se non sistemisti-modulisti) rimane limitata a pochi nomi, sia pure illustri: Brembo, Fiamm, Gruppo Fontana, Gruppo Magnetto, Sogefi, CF Gomme, ed a qualche impresa di media dimensione (Olsa, Cablelettra, Callearo, Dell'Orto, Ocap, San Valeriano ed altre).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

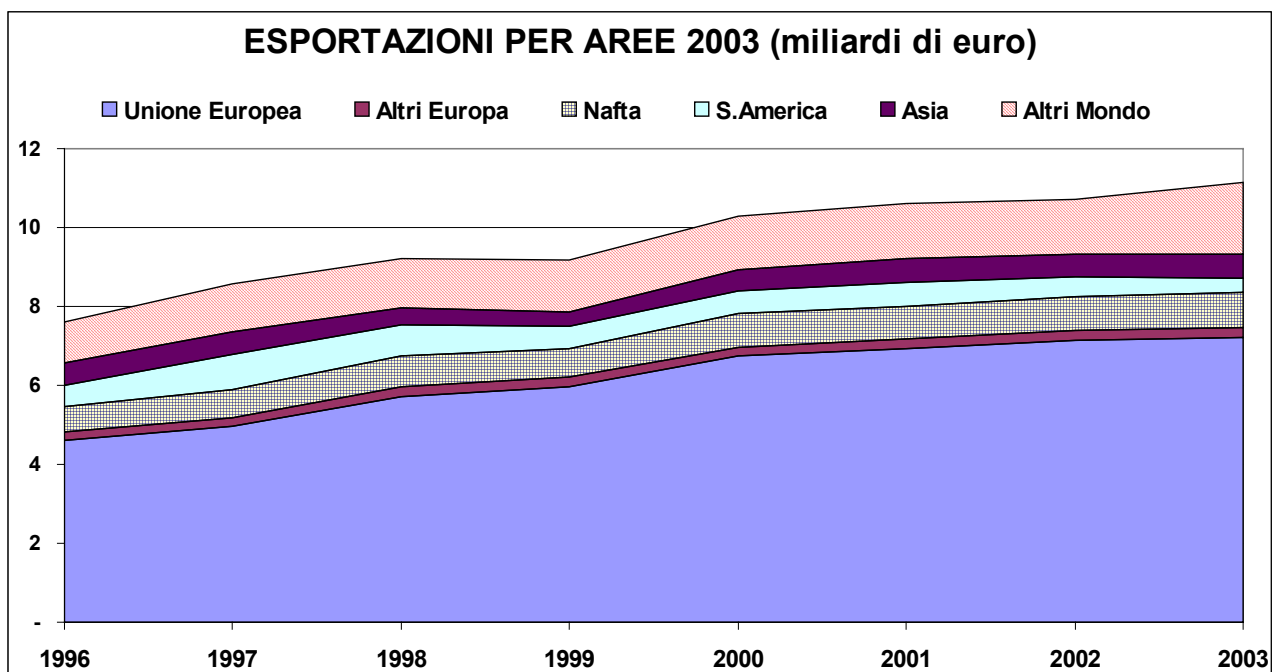
Analizzando le esportazioni per le due categorie di mercato si conferma il trend di crescita dell'esportazioni di componenti per il primo equipaggiamento, a conferma del sempre maggiore apprezzamento dei componentisti italiani da parte dei costruttori internazionali. In lieve contrazione invece la domanda estera dei ricambi italiani.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

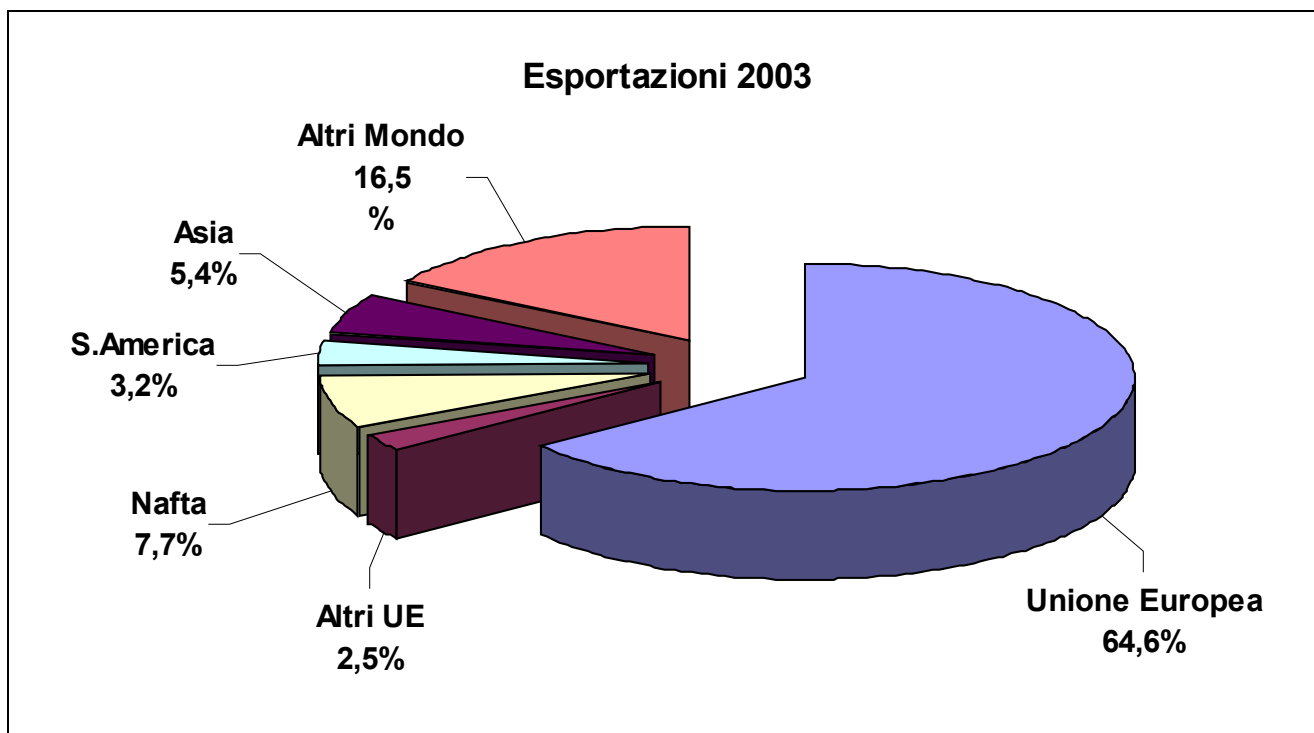
Le esportazioni per aree

L'analisi per aree geografiche mostra una crescita delle esportazioni verso i paesi dell'Unione Europea (+1,1%), verso gli altri paesi europei non inclusi nell'UE (+1,3%), ma soprattutto verso i paesi asiatici (+6,8%) e verso gli altri paesi del mondo (Africa, Oceania e altri territori, +32%). Resta stabile l'area Nafta, mentre provengono segnali di difficoltà nell'area del Sud America, come nel 2002.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

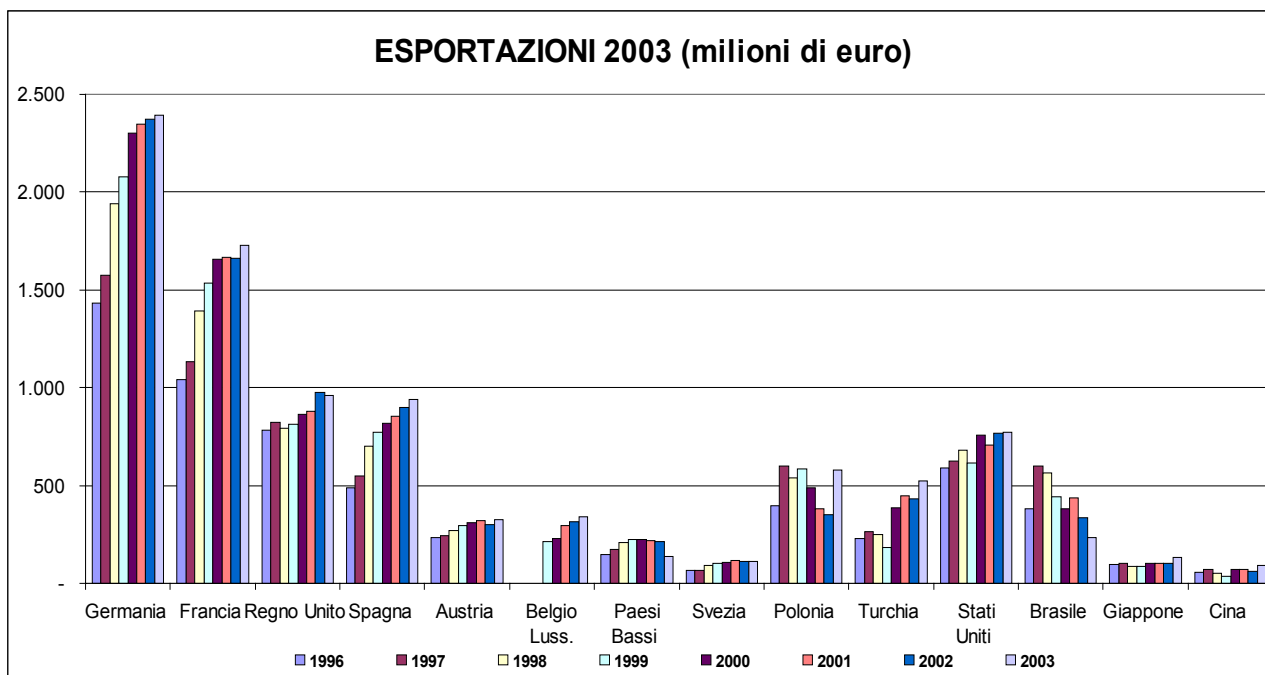
Malgrado la crescita in valore delle esportazioni verso i paesi dell'Unione europea, il suo peso sul totale passa dal 66% al 64% nel 2003. L'area Nafta resta stabile all'8%; cala ancora il Sud America (dal 4% al 3%), mentre cresce significativamente l'assorbimento dei paesi non altrimenti classificati (Altri Mondo dal 13% al 16%).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Le esportazioni per paesi

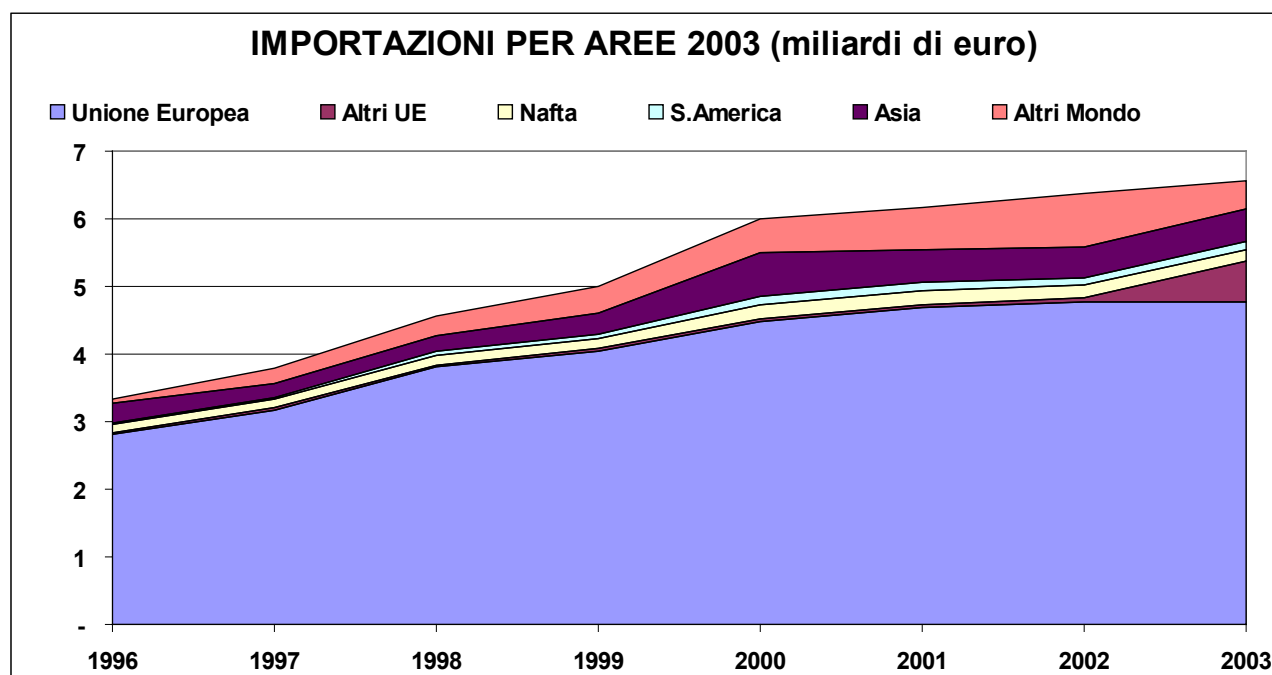
Nell'analisi delle esportazioni per paesi si evidenzia un processo di internazionalizzazione per prossimità geografica. Germania, Francia, Regno Unito e Spagna si confermano i principali mercati di sbocco dei prodotti "made in Italy", con andamenti crescenti ad eccezione del Regno Unito, che evidenzia una riduzione nel 2003 rispetto al periodo precedente. Ancora più significativa la crescita delle esportazioni verso paesi dell'Europa centrale e orientale con una forte presenza produttiva della Fiat (Polonia +65% e Turchia +21%) e anche verso i mercati asiatici (Giappone +30% e Cina +52%). In controtendenza gli acquisti del Brasile che calano del 31% (-22% nel 2002).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

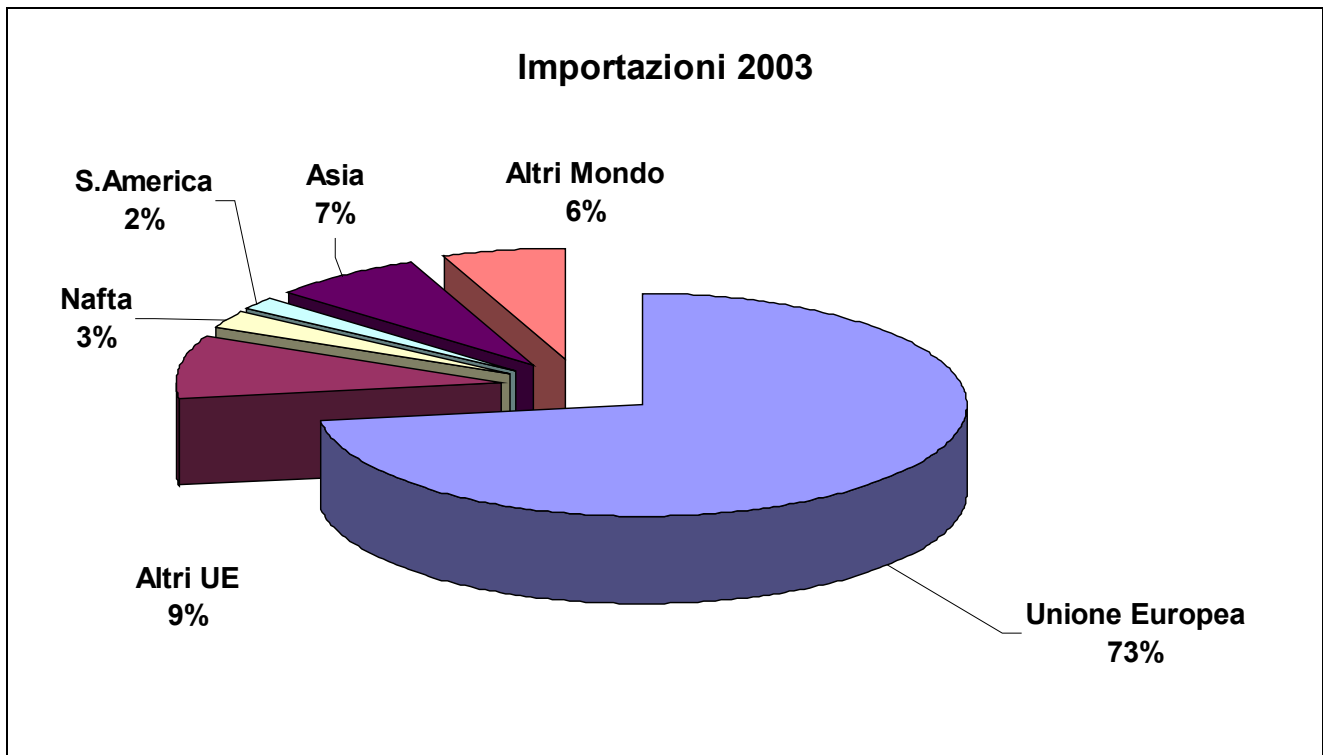
Le importazioni per aree

L'Unione Europea continua ad essere il principale fornitore di componenti e si mantiene sui livelli del 2002. In crescita il Sud America (+11,8%) e l'Asia (+3,6%), mentre calano le importazioni dall'area NAFTA (-14,4%).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

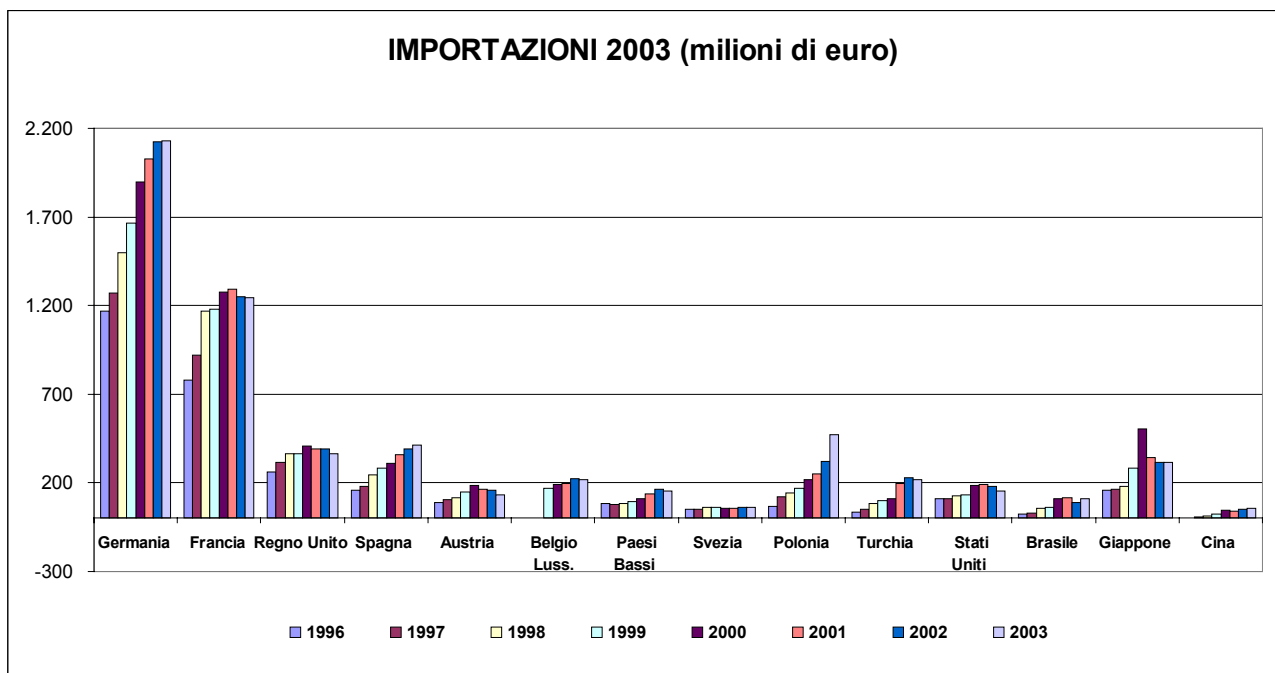
Asia e Europa dell'Est conquistano sempre maggior peso a discapito delle aree tradizionali di fornitura (UE è passata dal 75% al 73% nel 2003).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Le importazioni per paesi

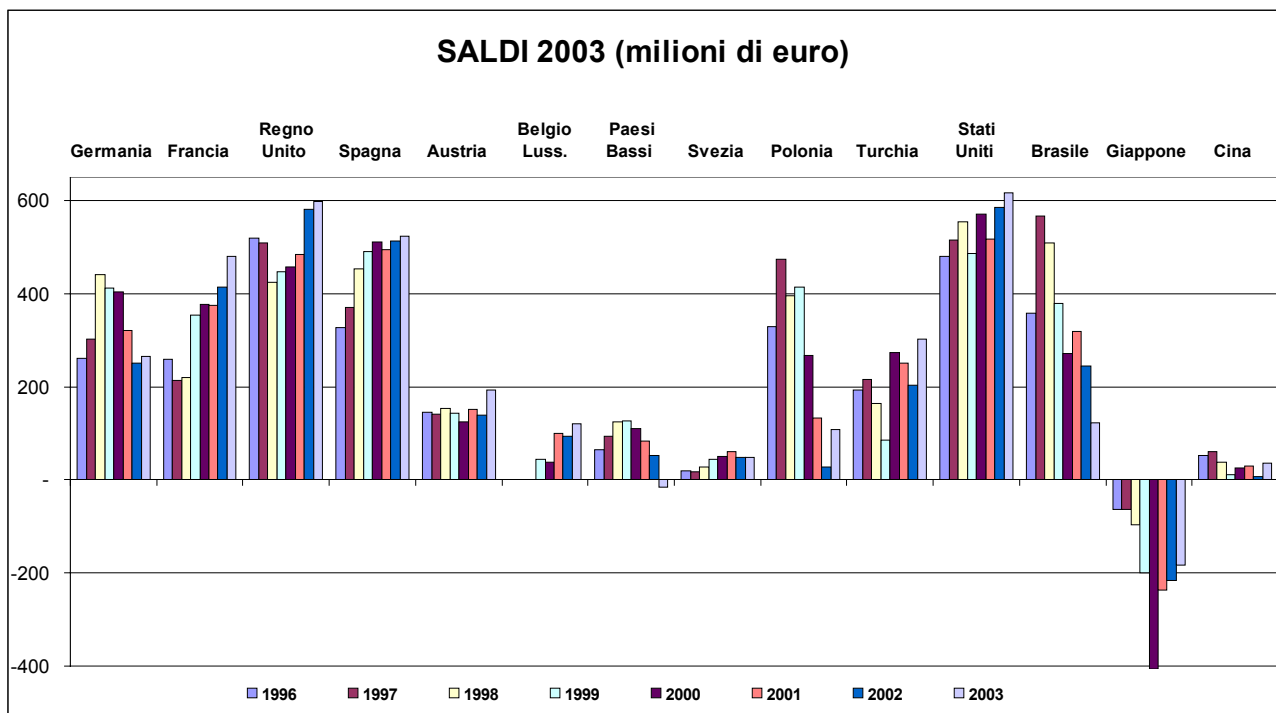
Germania e Francia si confermano i principali fornitori dell'Italia, mantenendosi sui livelli del 2002. Crescono significativamente le importazioni dalla Spagna (+6,8%), dalla Cina (+6,6%), ma ancora di più dal Brasile (+18,6%) e dalla Polonia (+46%). Calano invece le importazioni dagli altri paesi europei e in misura superiore alla media, negli Stati Uniti (-15,5%).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

I saldi dei principali paesi

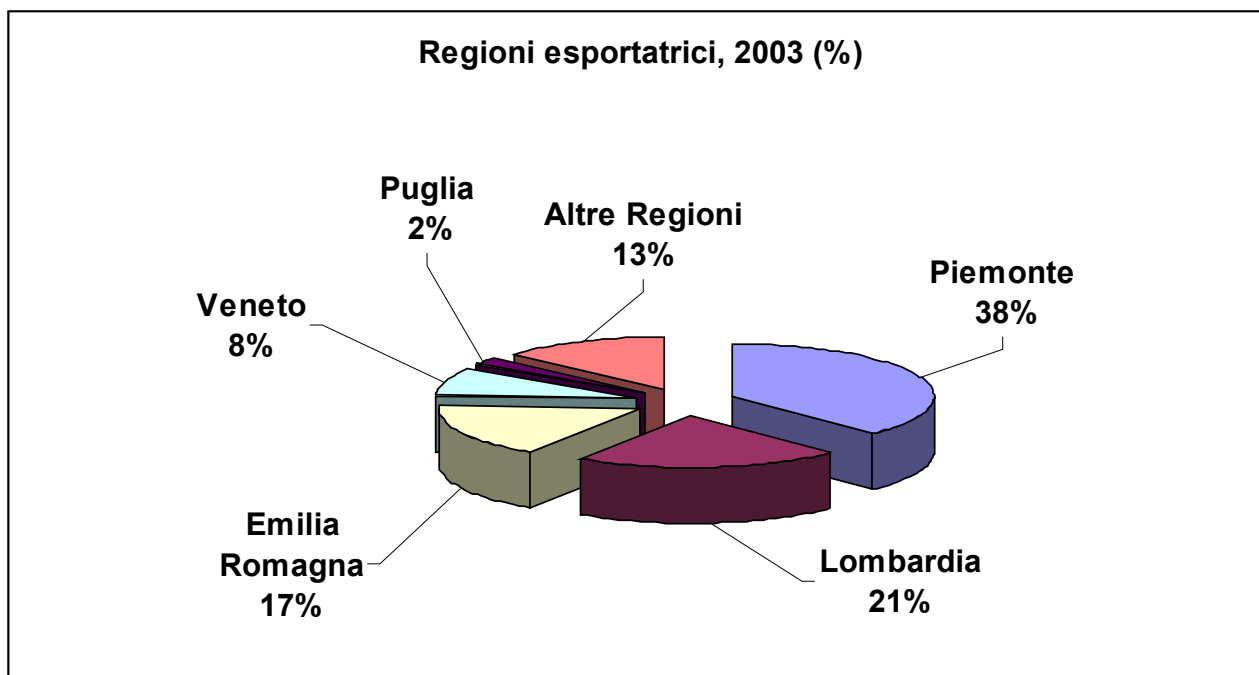
I principali partner commerciali italiani continuano ad avere saldi positivi ed crescenti. Se analizziamo negli ultimi anni, osserviamo saldi positivi ma decrescenti nei rapporti con il Brasile, mentre l'interscambio con il Giappone ha saldi ancora negativi, ma con un andamento a decrescere.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

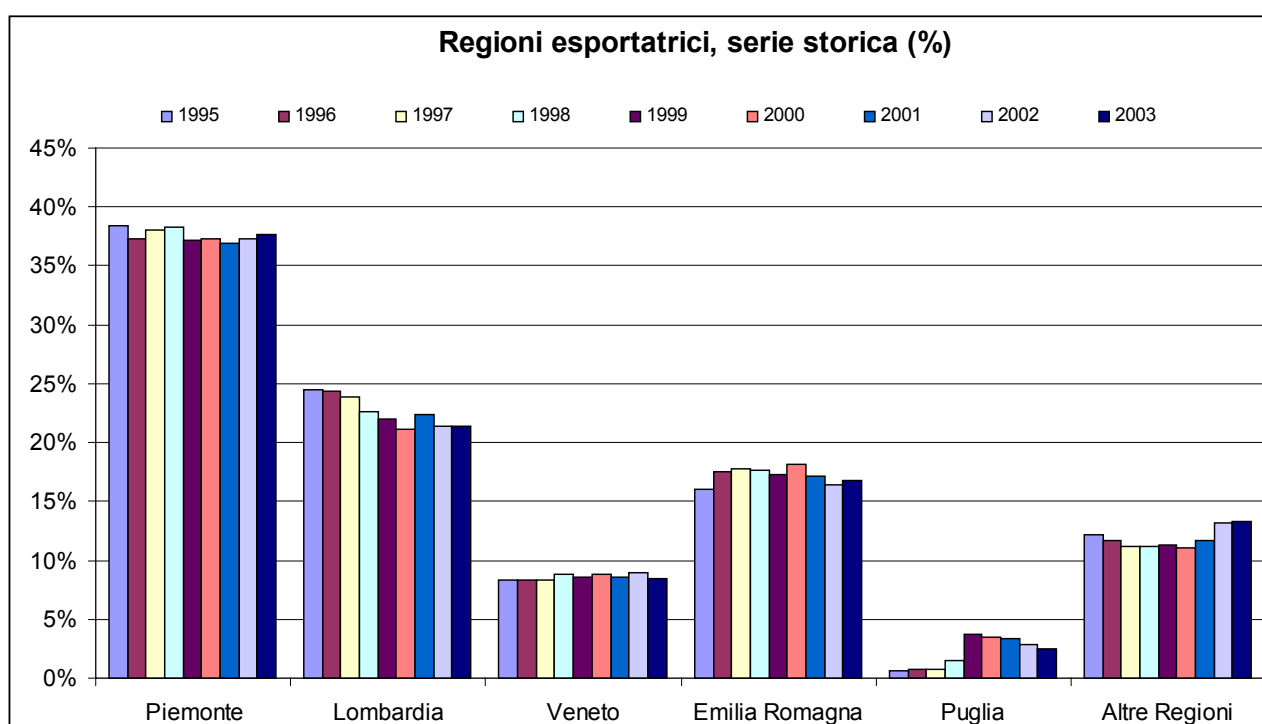
Le regioni esportatrici

Non si osserva nel 2003 una variazione significativa nel peso delle principali regioni italiane sulle esportazioni automotive totali. Il Piemonte resta con ampio margine la prima regione italiana con il 38% sulle esportazioni totali, seguito dalla Lombardia (21%), dall'Emilia Romagna, che passa dal 16% al 17% nel 2003, e dal Veneto che passa dal 9% all'8%.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Emilia Romagna, Piemonte e Lombardia evidenziano delle percentuali di crescita positiva (rispettivamente +7,4%, +5,7% e +4,1%), mentre calano Veneto (-0,9%) e Puglia (-11,3%).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

6.3 L'evoluzione del settore: dati dalla survey

La predisposizione di un dataset nazionale delle imprese della componentistica veicolare, e la somministrazione di una survey multi-canale rappresentano la principale novità dell'Osservatorio 2003.

In Appendice è riportata la modalità di selezione del dataset, che ha portato a individuare 3.407 imprese nell'intera filiera auto. Il questionario, il cui testo è riportato in Appendice, predisposto per la compilazione on-line e reso altresì disponibile per la compilazione cartacea, è stato indirizzato alle 1.770 imprese di capitali del campione produttrici di parti e componenti¹⁴.

L'obiettivo della survey era duplice, da un lato arricchire le informazioni disponibili rispetto alla produzione autoveicolistica per segmento – auto e veicoli commerciali leggeri, veicoli industriali e commerciali, bus e pullmann -, destinazione nella filiera e mercato di sbocco; dall'altro di avviare la raccolta di dati e informazioni su alcuni aspetti chiave dell'attività delle imprese (attività internazionale, acquisti, investimenti).

Purtroppo il modesto tasso di risposta - 104 rispondenti, per una produzione pari a quasi un terzo del valore totale della produzione italiana, con una presenza più che proporzionale di imprese del nord-ovest e di imprese medio grandi - non permette di considerare il campione come statisticamente significativo e di utilizzarlo per la stima dimensionale del settore.

Le considerazioni che proporremo nelle pagine seguenti sono quindi da considerare unicamente come delle indicazioni qualitative di tendenza.

¹⁴ Si ringrazia Anfia, che ne ha curato la veicolazione presso i componentisti propri associati.

Il campione

Al fine di inquadrare correttamente le risposte, proponiamo una breve descrizione della composizione del campione dei rispondenti, ri-ponderato per ottenere una struttura più equilibrata dal punto di vista geografico e dimensionale.

Relativamente al controllo, quasi i due terzi delle imprese sono indipendenti, il 5% sono capo-gruppo e il restante 30% fa parte di un gruppo (italiano nei due terzi dei casi e straniero nel terzo restante).

Da un punto di vista dimensionale, il campione si suddivide in un terzo di imprese con oltre 250 addetti, un po' più di un terzo con meno di 50 addetti e il terzo restante nelle due classi intermedie, con la classe 100-250 più rappresentata della classe 50-100 addetti.

I tre quinti dei rispondenti hanno un solo stabilimento; un quinto ne ha 2 o 3, solo il 5% ne ha almeno 10.

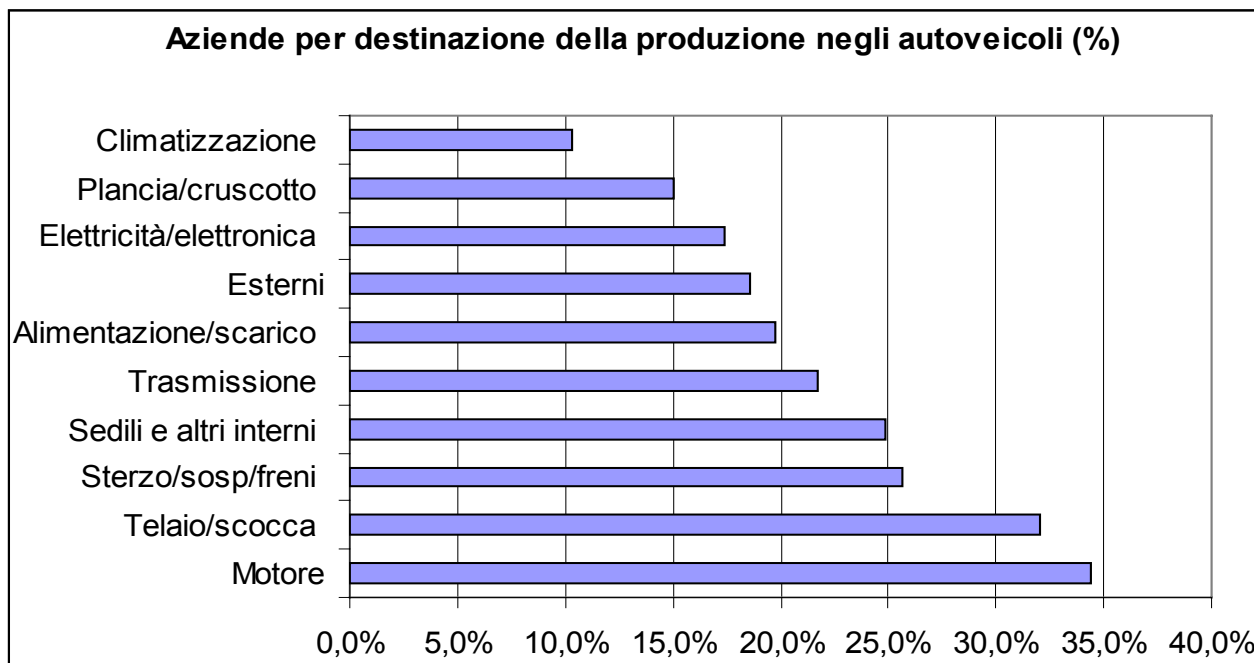
Delle imprese multistabilimento, oltre la metà ha almeno un secondo stabilimento nella stessa regione, un terzo in altre regioni italiane, in paesi dell'Unione Europea, e in paesi emergenti, un quinto in altri paesi avanzati e solo un settimo in altri paesi vicino a stabilimenti Fiat.

Le imprese rispondenti producono quasi esclusivamente per il settore *automotive* (91% del valore della produzione in media con punte del 98% per le imprese con 100-250 addetti); solo il 5% dei rispondenti vende meno del 50% della produzione all'*automotive*. Tutte le imprese producono per il mercato nazionale e il 70% produce anche per i mercati esteri.

Il 77% delle imprese fornisce parte della produzione direttamente ai produttori o ai sistemisti-modulisti, il 48% appartiene alla subfornitura oltre il 2° livello della filiera, mentre il 70% produce anche per il mercato del ricambio.

Rispetto alla destinazione nell'auto, il 34% delle intervistate produce componenti motore, il 32% parti di telaio o scocca, il 26% sterzo/sospensioni/freno, il 25% sedili e altri interni e il 21% componenti di trasmissioni. Meno di un quinto del campione destina parte della sua produzione al settore dell'alimentazione/scarico, degli esterni e

dell'elettricità/elettronica. I comparti meno rappresentati sono stati quelli dei componenti di cruscotti e degli impianti di climatizzazione.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

L'andamento dell'occupazione e della produzione

Complessivamente il campione registra un contenuto calo degli addetti, dell'ordine dell'1%, con una contrazione più elevata per le classi di addetti maggiori e un saldo positivo solo della classe inferiore a 50 addetti.

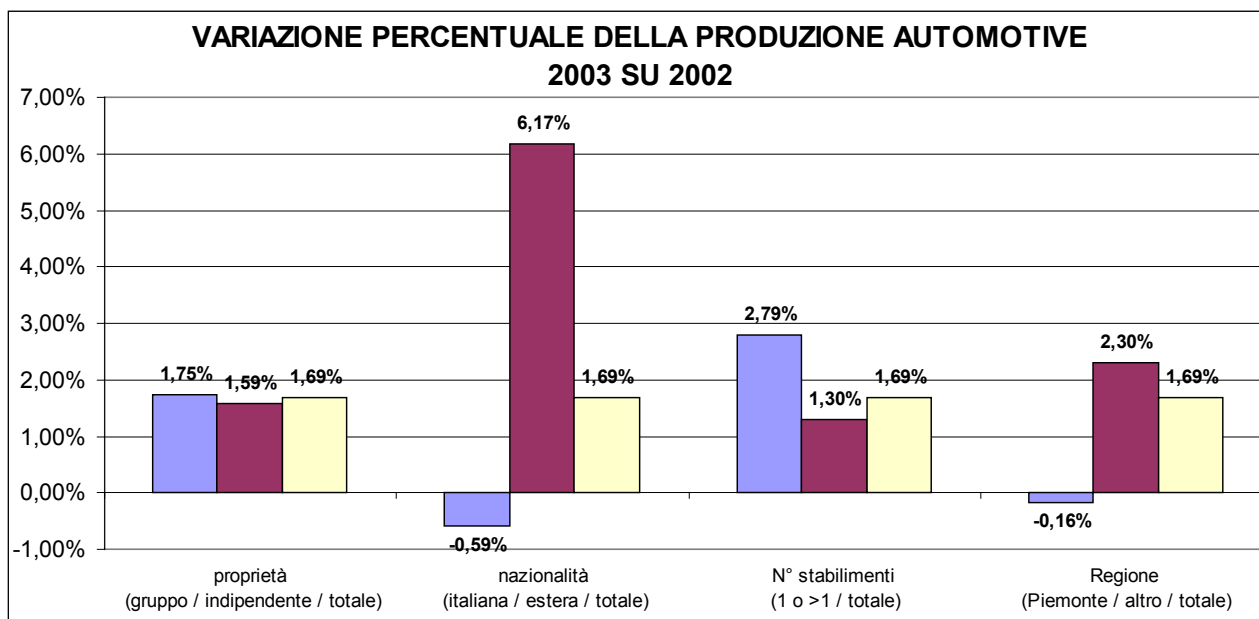
La variazione degli addetti per classe di addetti 2002-2003

<i>classe addetti</i>	<i>variazione %</i>
fino a 50	3,0%
da 50 a 100	-0,5%
da 100 a 250	-2,7%
oltre 250	-0,7%
totale	-0,8%

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

Come anticipato, le caratteristiche del campione non hanno permesso di utilizzare i risultati della survey per la quantificazione puntuale del valore della produzione e della sua ripartizione per destinazione nella filiera e mercato.

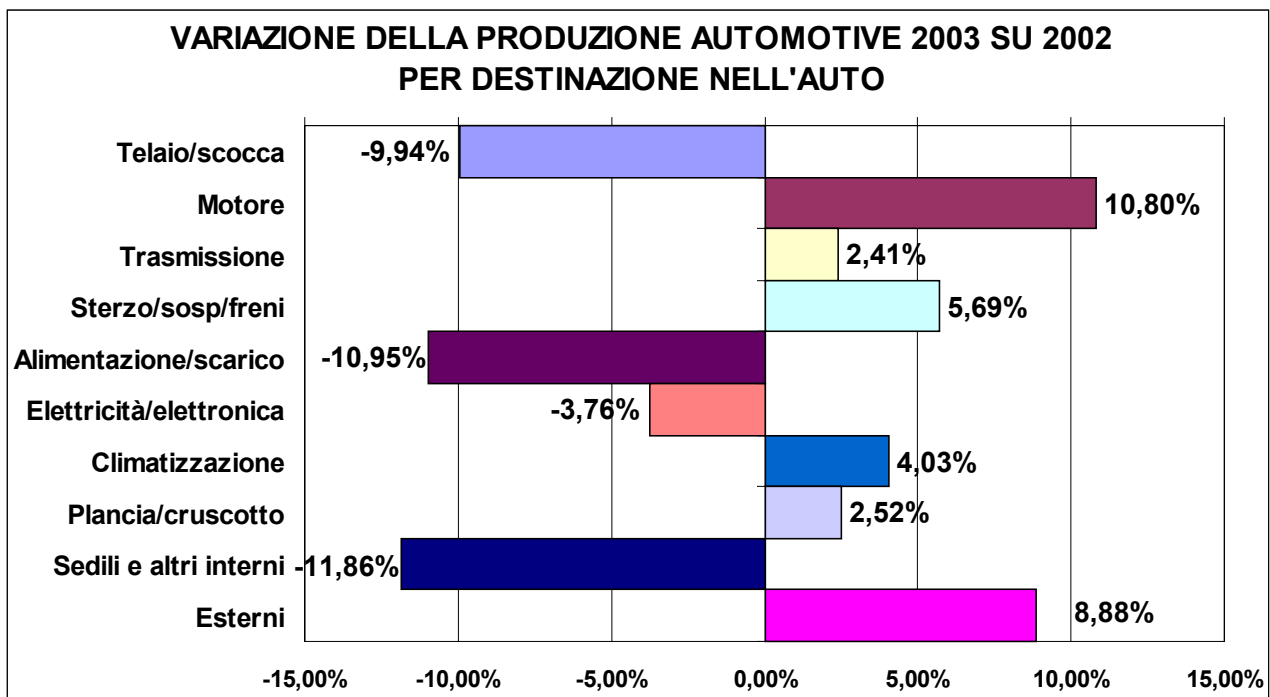
Ciononostante riteniamo di potere proporre, seppure con cautela, alcune indicazioni di tendenza, relative a sottoinsiemi significativi del campione, riassunte nella tabella sottostante, ad integrazione di quanto sopra riportato relativamente alle parti di destinazione dell'auto.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

Non si sono registrate variazioni imputabili alla proprietà ed al controllo dell'azienda (grado di indipendenza gestionale della proprietà e/o del management), mentre emergono differenze rilevanti per nazionalità e localizzazione: le aziende di nazionalità italiana hanno indicato un modesto calo della produzione contro una crescita di circa il 6% delle imprese estere, così come hanno incontrato maggiori difficoltà le imprese piemontesi rispetto a quelle del resto d'Italia.

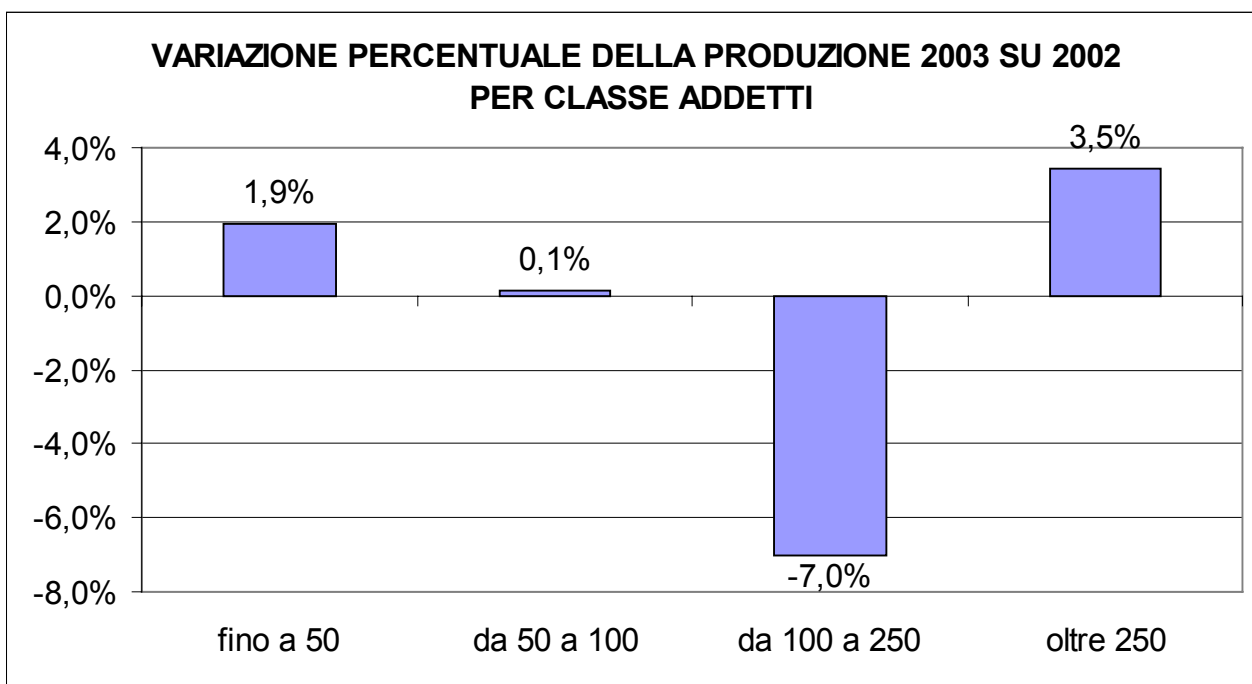
Dal punto di vista dimensionale sono le imprese piccole e le grandi a registrare una crescita della produzione automotive, mentre accusano un sensibile calo le imprese medie - da 100 a 250 addetti (-7%) - che non sembrano in grado di sfruttare le economie di scala e la capacità d'innovazione delle grandi, né di godere della flessibilità e della dinamicità della piccola impresa.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

Relativamente alla destinazione all'interno dell'autoveicolo, risultano in crescita le parti e i componenti motore (+11%), il gruppo sterzo/sospensioni/freni (+5,7%), i componenti per la trasmissione (+2%), mentre sono in sensibile calo telaio/scozza (-10%) e sorprendentemente i componenti elettrici / elettronici (-3,8%).

Relativamente alla destinazione nella filiera si registra uno scostamento positivo dalla media di un paio di punti percentuali della produzione destinata al mercato del ricambio, mentre non si registrano scostamenti significativi per tipo di autoveicolo, con oltre l'80% della produzione destinata alle autovetture.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

L'attività internazionale

La seconda sezione del questionario è destinata ad approfondire le conoscenze relative alla propensione all'internazionalizzazione delle imprese, ad integrazione dei dati di commercio internazionale, già commentati, in un periodo in cui la presenza dei componentisti nei mercati internazionali non è più un'opzione, data la continua drammatica contrazione del mercato interno di primo equipaggiamento e le minacce competitive registrate nel mercato del ricambio.

Abbiamo analizzato i principali mercati di export, quelli in maggior crescita nell'ultimo biennio, quelli dove le imprese sono presenti con un proprio stabilimento operativo.

Dalle risposte alle domande vengono alcune conferme ed alcune indicazioni parzialmente sorprendenti.

La grande maggioranza delle imprese – 85% delle risposte valide – esporta parte della produzione; di questi solo una sparuta minoranza esporta in un solo o in due mercati (rispettivamente il 5% e il 6%), il 40% esporta in 3 mercati, quasi la metà dei

rispondenti esporta in più di 3 mercati. A fronte di quest'ampia diversificazione della presenza si registra comunque una forte concentrazione dell'export sui mercati principali: quasi i 3/5 degli intervistati che hanno fornito un'indicazione puntuale, dirige almeno la metà delle esportazioni sul primo mercato; oltre i 3/5 esportano almeno il 75% sui primi due mercati e solo 1/5 vi destina meno della metà delle esportazioni.

Oltre il 75% degli esportatori indica come mercato principale di esportazione un paese dell'Unione Europea – 38% Germania, 22% Francia, 12% genericamente UE e 5% Spagna.

Complessivamente Germania e Francia sono citate all'interno dei 3 mercati principali da oltre il 50% dei rispondenti – rispettivamente 55% e 52% -, mentre nessun altro mercato raggiunge il 10% di citazioni.

Il peso medio del primo mercato di esportazione è pari al 59% del totale dell'export. Analizzando il peso dell'export per mercato di destinazione, al primo posto troviamo sempre la Germania che pesa per le imprese che vi esportano in media il 41% sul totale, seguita dalla Polonia (37%) e dalla Francia (30%).

Passando all'analisi dei mercati in crescita, la Germania è ancora il mercato più citato dagli esportatori – citato dal 30% delle imprese come primo mercato in crescita e complessivamente dal 40% tra i mercati in crescita – seguito tra i mercati singoli dalla Francia – rispettivamente 17% e 34% - e a distanza da Gran Bretagna, Polonia, Spagna e Stati Uniti; con un elevato livello di dispersione, che non permette di distinguere un chiaro pattern risultano tuttavia diffusamente sia Paesi emergenti – dal 23% degli esportatori – sia Altri paesi europei – 39% degli esportatori. La citazione della Cina è sporadica ad indicazione di un mercato che per il momento è più potenziale che in crescita.

Molto meno consolidata risulta la presenza all'estero di attività industriali, dichiarata dal 30% dei rispondenti; anche in questo caso o si è internazionali o non lo si è; infatti solo il 4% dei rispondenti è presente in un paese estero, il 6% in 2 paesi, il restante 20% in almeno 3 paesi.

Anche la geografia della presenza internazionale è molto differente con il Brasile come prima destinazione – il 13% dei rispondenti e il 45% delle imprese con presenza all'estero -, seguito dalla Francia – il 9% e il 29% rispettivamente – Polonia e Stati Uniti – entrambi con il 7% e il 24%. Anche in questo caso si registra una presenza diffusa in altri paesi emergenti con un'ampia dispersione geografica – il 13% degli intervistati pari al 45% delle imprese con attività all'estero.

Coerentemente con il pattern geografico che privilegia mercati emergenti a mercati avanzati, l'articolazione delle attività legate alla presenza estera vede prevalere attività squisitamente manifatturiere - i 4/5 producono parti complete, la metà svolgono lavorazioni o assemblano parti prodotte altrove - ad attività di R&S, svolte peraltro da oltre i 2/5 delle imprese.

In conclusione abbiamo voluto combinare le informazioni relative all'importanza, alla crescita e alla presenza diretta per proporre un'ideale classifica dei mercati più rilevanti. Scontata la presenza di Germania e Francia nei primi 2 posti, appare più interessante registrare tra i paesi singoli il terzo posto della Polonia, storica presenza internazionale del gruppo Fiat, rilanciata dalla produzione della nuova Panda, e il terzo posto assoluto dei Paesi emergenti, in quanto gruppo.

<i>Paese</i>	<i>Importanza del mercato - distribuzione delle citazioni</i>	<i>Importanza del mercato - media del peso sul totale export</i>	<i>Mercati in crescita 2003 su 2002 - distribuzione delle citazioni</i>	<i>Mercati di presenza diretta – distribuzione delle citazioni</i>	<i>Indicatore di rilevanza complessiva del mercato</i>
Germania	57,7%	41,2%	39,8%	13,2%	1,00
Francia	52,2%	29,5%	33,8%	28,9%	0,98
Altro_Emergenti	32,8%	18,5%	22,9%	44,7%	0,91
Altro_Europa	40,3%	22,0%	38,8%	17,1%	0,83
Polonia	20,4%	37,5%	15,4%	22,4%	0,80
Usa	14,4%	22,7%	11,4%	23,7%	0,61
Brasile	5,0%	4,4%	2,0%	44,7%	0,54
Gran Bretagna	21,4%	18,8%	20,4%	10,5%	0,53
Spagna	20,4%	21,7%	14,4%	13,2%	0,52
Altro_Avanzati	5,5%	15,6%	3,5%	0,0%	0,26
Turchia	5,5%	12,5%	4,5%	0,0%	0,18

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

Gli acquisti

La terza parte della survey è dedicata agli acquisti e in particolare alla numerosità dei fornitori, al livello di esternalizzazione e alla provenienza degli acquisti.

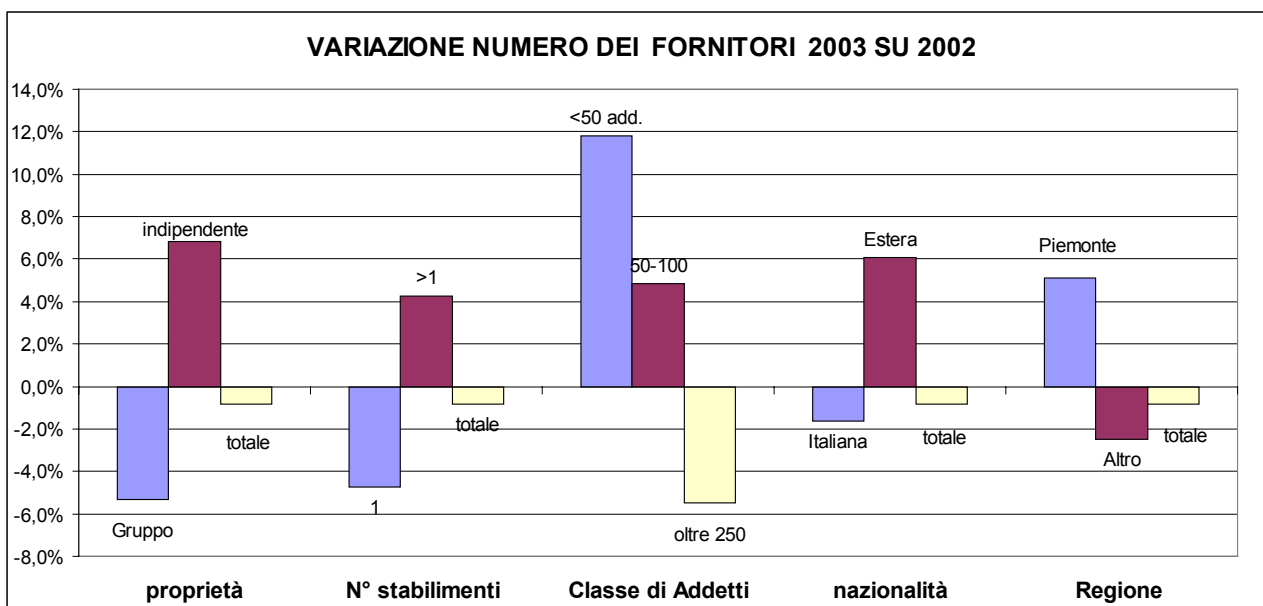
Relativamente alla numerosità si osservano due fenomeni di segno contrario, ma non contraddittori. Dall'analisi emerge che il numero complessivo dei fornitori risulta in calo del 2%; tuttavia il 41% degli interpellati ne dichiara un aumento contro un 25% che ne dichiara una diminuzione: questo risultato è l'effetto combinato di un aumento del numero di fornitori da parte delle imprese medie e piccole e di una sua riduzione da parte delle grandi imprese.

Questa indicazione è confermata, anche se non in maniera eccessivamente evidente dall'aumento del peso degli acquisti per le imprese più piccole e da una sua diminuzione da parte delle imprese maggiori, in una situazione in cui, comunque la stabilità della propensione all'acquisto esterno è il comportamento più frequente – 50% dei rispondenti a fronte di un incremento per il 26% e di una diminuzione per il 24%.

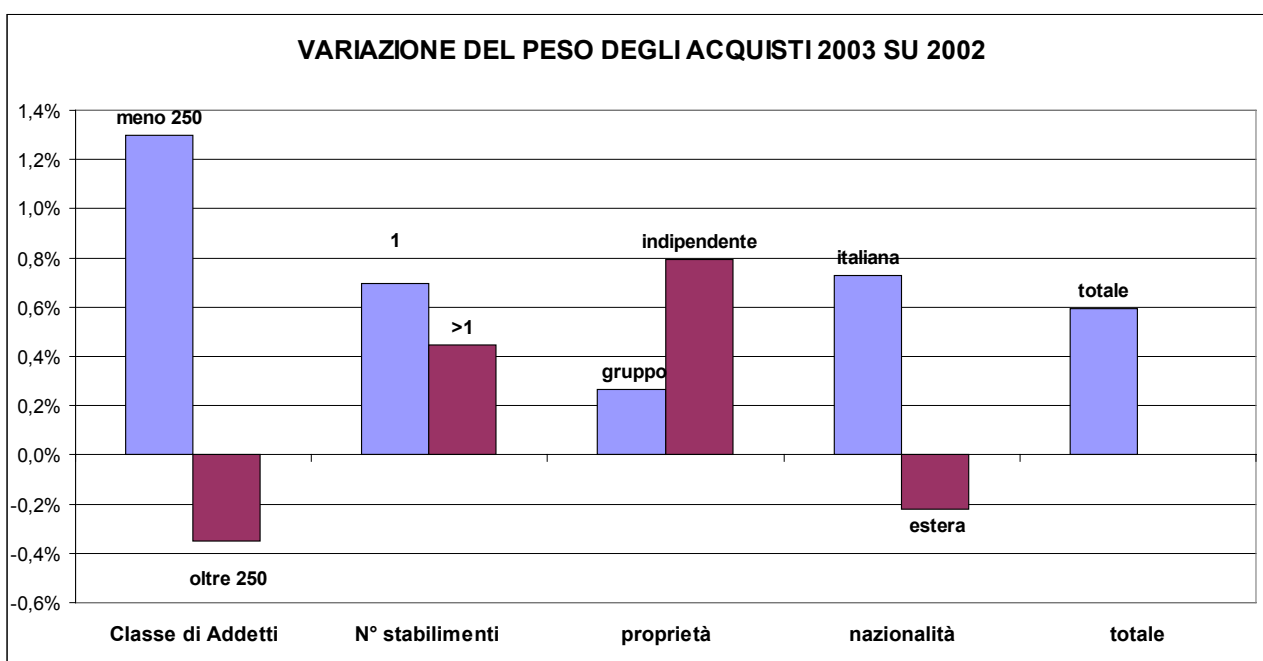
Si osserva quindi una evoluzione delle politiche di acquisto nel senso di uno spostamento a ritroso sulla filiera di quei processi di concentrazione e incremento dell'outsourcing che nel recente passato abbiamo osservato nei costruttori; concentrazione degli acquisti per i componentisti multi-stabilimento e di maggiori dimensioni; aumento del ricorso all'outsourcing per quelli più piccoli.

	aumento	stabilità	diminuzione
Evoluzione numerosità fornitori	41%	35%	25%
Evoluzione peso acquisti	26%	50%	24%

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio



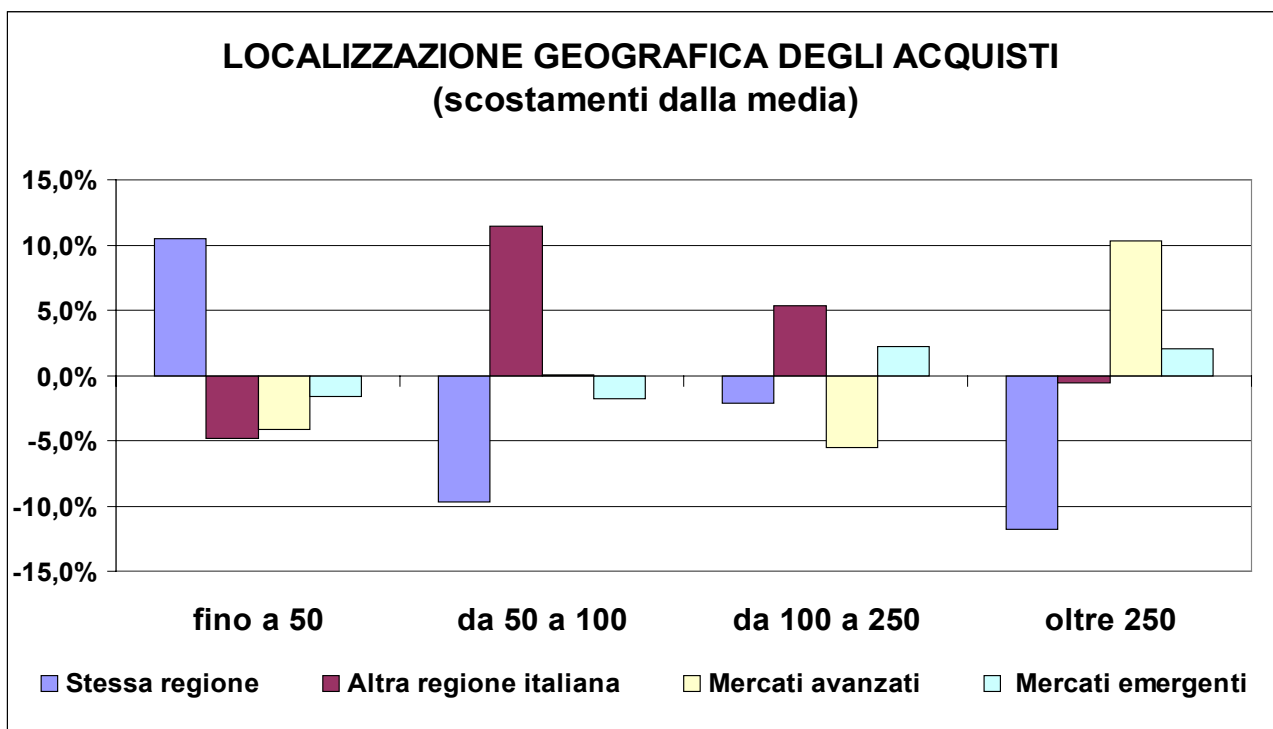
Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

L'analisi della provenienza degli acquisti indica una certa "provincialità", già emersa peraltro nell'indagine "Dall'idea all'auto" del 2002 relativa al Piemonte.

Le importazioni rappresentano infatti poco più di 1/6 del totale degli acquisti e di questi oltre i tre quarti provengono da mercati avanzati. Addirittura dell'oltre 80% di acquisti interni, più del 50% è rappresentato da acquisti regionali e solo il 30%

proviene da altre regioni. Come era lecito aspettarsi, la “località” degli acquisti è massima per le imprese con meno di 50 addetti – 62% nella stessa regione e minima esposizione agli acquisti internazionali – ma si mantiene molto significativa anche per le imprese maggiori (che acquistano all’interno della nazione oltre il 70% dei beni e servizi).

Questi dati si prestano ovviamente a una doppia chiave di lettura: da un lato si può affermare che i componentisti italiani non colgono sufficientemente le opportunità di acquisto fornite dai mercati internazionali e in particolare dai mercati emergenti; dall’altro, anche considerato la buona tenuta complessiva del settore nel 2003, sono un segno della completezza della filiera automotive italiana, che, insieme alla sua notoria flessibilità e velocità di reazione, ne rappresenta il principale punto di forza.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

Gli investimenti

Il questionario si conclude con 2 domande sugli investimenti; si tratta di indicazioni particolarmente preziose perché non ricavabili direttamente sui bilanci e indicativi dell'orientamento delle imprese allo sviluppo.

In media le imprese rispondenti dichiarano investimenti in lieve crescita intorno all'11% del fatturato; questo dato medio sottende una grande variabilità sia tra le imprese, sia all'interno delle singole imprese tra un anno e l'altro.

Il 50% dei rispondenti a questa domanda effettua investimenti pari ad almeno il 10% del fatturato, il 30% tra il 5 e il 10% e il 20% meno del 5%. Si segnala che un quarto del campione non ha fornito indicazioni sugli investimenti.

All'interno delle imprese che hanno fornito indicazioni per entrambi gli anni, il saldo aumento-diminuzione della propensione agli investimenti è lievemente negativo: il 35% dichiara un aumento dal 2002 al 2003, contro un 39% che li ha invece diminuiti.

	aumento	stabilità	diminuzione
Evoluzione investimenti	35%	26%	39%

Se il valore degli investimenti non è del tutto insoddisfacente e indicatore di un settore che continua a investire anche in un momento sicuramente difficile, più critica è la lettura della loro ripartizione con le acquisizioni relegate al ruolo di "cenerentola" e la spesa in R&S che solo per il 6% dei rispondenti è maggiore del 5%, mentre per il 78% è inferiore al 3% e addirittura per il 55% è inferiore all'1%.

	0	0-1%	1-3%	3-5%	>5%
Spesa in R&S	28%	27%	23%	17%	6%

Indicazioni di sintesi

Volendo proporre alcune indicazioni di sintesi si riscontrano sia punti di forza sia punti di debolezza; i primi risiedono nell'elevata propensione all'export verso i mercati europei più ricchi e avanzati, nell'ampliamento del numero dei fornitori da parte delle imprese minori e nella continua propensione all'investimento, pur in un periodo sicuramente difficile. I secondi in una presenza internazionale diretta complessivamente modesta, in una insufficiente esposizione verso le aree di maggior crescita attuale e potenziale – Asia e Europa centrale.

L'aspetto più critico in prospettiva risiede tuttavia nella modestia della spesa in R&S. L'intensità degli investimenti in R&S è infatti un buon indicatore del grado di innovazione tecnologica di un settore e di un'impresa. In Europa le aziende "high tech" della componentistica investono più del 10% del fatturato in R&S. Il confronto con i dati del nostro campione è sicuramente impietoso; è in questo gap di investimenti orientati all'innovazione che risiede in misura massima la debolezza attuale e prospettica della nostra componentistica.

La bassa propensione alla R&S è infatti in parte il risultato di un gap culturale, figlio di un'imprenditoria dal basso dai grandi meriti e dagli innegabili limiti, è altresì l'esito di una dimensione media di impresa troppo ridotta e di una specializzazione nelle aree "low tech" della meccanica rispetto a quelle "high tech" dell'elettronica e del software. Queste debolezze dovranno essere rapidamente affrontate, direttamente dalle imprese o con l'ausilio di organismi "distrettuali", se si vuole che i rilevanti sforzi di marketing internazionale in atto sia a livello regionale sia a livello nazionale possano effettivamente dare i frutti sperati.

6.4 Le opinioni dei protagonisti

In questo capitolo abbiamo raccolto sinteticamente le opinioni di alcuni testimoni qualificate sugli argomenti di maggior interesse, per corredare con commenti e indicazioni puntuali, forniti da un'ottica aziendale, le tematiche che nel rapporto sono analizzate sulla base di dati e informazioni aggregati.

6.4.1 L'andamento delle aziende

Le interviste confermano la difficoltà di fornire una descrizione univoca del settore: progressivamente ogni impresa fa storia a sé e le strade percorse per coprire il buco di domanda sul mercato nazionale del primo equipaggiamento sono molto diversificate.

La strada della diversificazione settoriale è da tempo percorsa dalla **Meccanotecnica Umbra** (PG) che produce tenute meccaniche e guarnizioni (55% è automotive e il 45% è sviluppato nei settori degli elettrodomestici e delle applicazioni industriali). Ciononostante, forte di un prodotto innovativo come le guarnizioni rotanti in ceramica, nel 2003 è riuscita a registrare una crescita del fatturato dell'automotive pari all'8%, aumentando la quota di produzione esportata, dal 40% al 45%, e incrementando la sua presenza sul mercato del ricambio.

La massima specializzazione, il continuo investimento in R&S, la collaborazione con prestigiosi atenei nazionali e internazionali, l'investimento sul brand sono invece i fattori di competitività di **Brembo** (BG), che nel 2003 è riuscita ad incrementare la produzione di oltre il 12%, grazie ad un posizionamento fortissimo sull'altissima gamma dei sistemi frenanti.

La crescita delle esportazioni, che da alcuni anni fanno segnare valori medi del 20-25%, è proseguita anche nel 2003 (+24%) per l'**Olsa** (TO), produttrice di fanaleria e plafoniere per il primo equipaggiamento. Olsa è riuscita ad acquisire contratti di fornitura da tutti i principali costruttori europei. In questo caso il fattore competitivo è

rappresentato da un forte impegno di risorse orientato al servizio al cliente: contatti diretti, interfacciamento EDI, forniture tempestive, accompagnati da un allargamento della gamma dei prodotti sostenuta da nuovi investimenti e dalla difesa del livello qualitativo anche attraverso il coinvolgimento del personale in circoli di miglioramento.

La dimensione aziendale consente ormai di indirizzare la produzione verso clienti che riconoscono la qualità dei prodotti, con conseguente difesa della remuneratività delle vendite.

In modo analogo, **Bulloneria Barge** (TO) segnala un aumento del 10% del fatturato, derivato da una variazione (+25%) delle vendite all'estero di prodotti di primo equipaggiamento (in crescita soprattutto con Renault e Psa, mentre le vendite in Germania sono state sostanzialmente stabili) e da una riduzione del 10% di quelle di primo equipaggiamento in Italia registrata esclusivamente nelle forniture alla Fiat, mentre Iveco ha mantenuto all'incirca lo stesso volume d'acquisti.

Non sono riuscite a ritrovare la strada della crescita, invece, le altre aziende intervistate.

Per la vicentina **Fiamm**, produttrice di batterie di avviamento e stazionarie, di avvisatori acustici e di antenne, il fatturato 2003 è calato del 4% ed è cresciuto l'indebitamento.

La situazione nel 2004 è in miglioramento. L'azienda attraversa una fase di ristrutturazione che non esclude robuste e progressive delocalizzazioni in funzione della riduzione dei costi. Si prevedono tagli nell'occupazione ed una maggior concentrazione sulla produzione degli avvisatori acustici, nei quali l'azienda è leader mondiale, e sulle batterie. E' in fase d'attuazione una joint-venture in Cina per la produzione delle batterie stazionarie e degli avvisatori acustici. In India ne è già stata realizzata una per gli avvisatori acustici, e ci sono trattative per una iniziativa nella ex Unione Sovietica. La produzione di antenne e cablaggi sarà spostata dalla Francia alla Repubblica Ceca. E' stata rafforzata la presenza in Brasile acquisendo la totalità del

controllo della produzione di avvisatori acustici finora gestita in partecipazione con la Sogefi.

Real (TO), produttrice di componenti e ricambi elettrici, ha registrato nel 2003 una leggera flessione del fatturato, causata da un calo dell'esportazione, che rappresenta circa il 40% del fatturato totale. La concorrenza internazionale, soprattutto dai paesi asiatici, si fa sentire. Il 2004 ha avuto un avvio migliore, anche perché l'azienda ha reagito al calo dello scorso anno migliorando la propria efficienza produttiva ed importando sub-componenti dall'est asiatico, area che l'azienda sta esplorando per vagliare opportunità di iniziative produttive.

La concorrenza asiatica e in particolare cinese è la principale minaccia anche per **OMG** (TO), produttrice di componenti meccanici, il cui fatturato è rimasto stabile nel 2003, mentre l'avvio del 2004 è positivo sia sul mercato interno sia su quello estero. Nei prodotti in gomma-metallo la produzione cinese si avvale di livelli qualitativo e di servizio molto vicini agli standard occidentali, di un'attività di marketing aggressiva e di una gamma sempre più estesa e rapidamente adattabile alla domanda dei mercati. La risposta risiede per OMG nel miglioramento della struttura produttiva con l'implementazione di isole robotizzate.

6.4.2 Le forniture ai costruttori

Bmw

Gli acquisti in Italia sono stati all'incirca gli stessi del 2002 (430 milioni di euro), a fronte di una crescita complessiva degli acquisti del costruttore bavarese. La tendenza, anche da parte dei costruttori tedeschi, storicamente più verticalizzati ad esternalizzare la produzione di interi sistemi e moduli, sfavorisce le imprese di minori dimensioni spesso non in grado di fornire oltre al prodotto, una collaborazione nell'engineering e nella progettazione di nuovi modelli.

Qualche perplessità emerge sui i risultati dei contatti sviluppati in Baviera nell'ambito dell'iniziativa "From Concept to Car" e permane la percezione che le

aziende medio-grandi piemontesi siano eccessivamente condizionate dai rapporti con il costruttore nazionale.

Volkswagen

Anche gli acquisti di Volkswagen in Italia non sono cresciuti nel 2003 (l'1% pari a 828 milioni di euro), di cui un vengono effettuati in Piemonte. In questi acquisti vengono comprese le attrezzature ed esclusi gli acquisti di Audi, Skoda e Seat. Non emerge la previsione di un incremento delle quote future.

Fiat-GM Purchasing

In assenza di indicazioni provenienti direttamente dalla società torinese riportiamo l'indicazione della **Baico** (TO), società di intermediazione industriale, secondo cui la buona competitività di prezzo rispetto ai concorrenti tedeschi non sarebbe sufficiente ad accrescere la quota degli acquisti dei fornitori italiani, che restano sfavoriti dal fatto di dover "giocare fuori casa". La gestione unificata degli acquisti di Fiat e GM non ha influenzato le vendite della Rejna, che ha mantenuto la propria quota di fornitura per la Nuova Punto. L'allineamento a standard e capitolati americani e la strategia globalizzata degli acquisti rappresenterebbero comunque uno svantaggio per i fornitori italiani.

6.4.3 L'Aftermarket

Secondo **NGK Italia**, nonostante la legge Monti, la quota di mercato "captive" è in crescita. I riparatori tendono a "targarsi" per assicurarsi l'accesso ai software ed alle attrezzature necessarie alla riparazione delle vetture di recente generazione, accesso che nonostante la legge Monti resterebbe sempre problematico. Per questo, ad esempio, **Rhiag** (il più importante distributore di ricambi in Italia con 350 milioni di fatturato) ha varato un'operazione di affiliazione della propria clientela, alla quale assicura le informazioni necessarie alla riparazione, la formazione e i supporti di

marketing e di immagine. Il numero dei riparatori cala drasticamente. Le nuove tecnologie estromettono i riparatori tradizionali. Ad esempio le sonde Lambda hanno connettori che un riparatore tradizionale non riesce ad aprire. I riparatori tendono ad eliminare le scorte di magazzino, e perciò pretendono consegne molto rapide. Rhiag ad esempio assicura consegne due volte al giorno tramite una rete di rivenditori locali. Alcuni sostengono che l'importazione effettiva di ricambi (ed anche di parti di sub-fornitura) dalla Cina sia notevolmente superiore a quanto indicano i dati ufficiali. Real sostiene che il divario tra i suoi prezzi ed i prodotti importati dalla Cina raggiunge punte del 50%. Il fenomeno della contraffazione non è solo asiatico: dalla Turchia sono arrivate forniture di prodotti identici ai propri, compreso il marchio. Per Fiamm la forte concorrenza sul mercato delle batterie di avviamento ha portato alla correzione della strategia multimarche sinora seguita, in favore di una strategia di gamma impostata su tre livelli di prezzo.

OMG nota che gli ordini della clientela sono più frequenti, meno consistenti, meno programmati e per consegne in tempi sempre più brevi.

La catena distributiva tende ad accorciarsi, e diversi fornitori puntano sul rifornimento diretto dei riparatori. E' lamentata l'immissione al ricambio di partite provenienti da forniture di primo impianto alle fabbriche del Sud.

Crescono le importazioni di prodotti spagnoli e turchi, ma il volume totale delle importazioni sembra relativamente stabile. Manca la liquidità e si allungano a dismisura i termini di pagamento, con preoccupante accentuazione nel Sud, ove in aggiunta sembra allargarsi il mercato "non ufficiale".

Per **Officio Armando**, una società che distribuisce in Lombardia ricambi ed accessori di marchi importanti, l'arma vincente è diventata la rapidità di consegna. I riparatori, sia per l'impossibilità di adeguare il magazzino alla varietà dei modelli di vetture in circolazione, sia per motivi finanziari, hanno pressoché eliminato le scorte. La Officio si è perciò posta in grado di assicurare in tutta la Lombardia un rifornimento al giorno, che giunge a due nell'area milanese. Per far tornare i conti di una distribuzione così tempestiva e capillare, e dovendo operare su un mercato che,

tra aumenti e ringiovanimento del parco circolante, è sostanzialmente statico, l'azienda ha allargato a 18 nuove linee di prodotti la gamma della propria offerta, tra cui le parti di carrozzeria.

La velocizzazione delle consegne è fattore di selezione e compattamento degli operatori. Essa rafforza il ruolo di quei grossisti che forniscono una gamma estesa e sinergica di prodotti e utilizzano un'efficiente rete di rivenditori locali. Senza trascurare la possibilità, rafforzata dalla legge Monti, di rifornire la rete "captive" con prodotti di adeguato livello qualitativo e con parti ed accessori di nicchia.

In Italia le organizzazioni "fast fit" stentano a svilupparsi, e la grande distribuzione riesce a trattare solo particolari ricambi ed accessori di installazione semplice.

Nella vendita delle varie famiglie di prodotti Ufficio ha rilevato l'aumento della domanda dei filtri per l'abitacolo ed il calo di quella di filtri aria e olio, marmitte, dischi, candele e in genere nei ricambi la cui durata è cresciuta.

6.4.4 La Subfornitura

Per Brembo la filiera della sub-fornitura nazionale ha ancora molti spazi di miglioramento. Ciò nonostante, l'azienda preferisce ignorare la convenienza e le sollecitazioni (corollario della forte pressione sui prezzi esercitata da molti Costruttori, con richieste di sconti del 2-4% annui) a rifornirsi da aree come il sud-est asiatico, e difendere sia la qualità dei prodotti sia la funzione della sub-fornitura locale, che viene sostenuta dall'azienda attraverso un rapporto collaborativo e formativo continuo.

Allevard (Gruppo Sogefi), invece, gestisce e centralizza gli acquisti anche per conto di Rejna in un'ottica di fornitura globale che privilegia i fornitori in grado di alimentare gli stabilimenti Allevard nel mondo, con conseguente minori acquisti in Italia ed una crescente attenzione verso India e Cina.

Per Graziano Trasmissioni l'outsourcing consiste prevalentemente nelle lavorazioni dei metalli, nelle scatole cambio (da Officine Vica), nei tensori in alluminio, e

riguarda un centinaio di fornitori locali, mentre dall'estero provengono i cuscinetti (Koyo, Skf, Timken).

6.4.5 La tecnologia e le tendenze produttive

Negli impianti elettrici, afferma Fiamm, le esigenze d'economicità rallentano l'implementazione delle batterie a 42v. o di sistemi a due batterie (una per l'avviamento, una per i servizi di bordo) che ne comporterebbero un costoso rinnovo, sia pure con economie nei cablaggi. L'Ibrido e fuel cells restano lontani.

In Peugeot sono state implementate su quattromila vetture nuove batterie ermetiche adatte ai sistemi elettrici "stop and go".

Per Rejna gli sviluppi nelle molle si limitano a miglioramenti non sostanziali. Per le barre stabilizzatrici invece si punta a una nuova generazione di barre "attive" in grado di modificare elettronicamente la funzione ammortizzante.

Per Meccanotecnica Umbra l'innovazione ha riguardato l'uso della ceramica per la produzione delle guarnizioni rotanti, un prodotto nuovo di cui è l'unica produttrice in Italia. Nelle pompe rotanti la richiesta è per materiale di maggior durata, quindi si sperimentano nuovi materiali, come la ceramica e la grafite.

Un'osservazione largamente condivisa è che i Costruttori decentrano sempre più l'assemblaggio, soprattutto quando non si tratta di grandi serie. La nuova Maserati è ingegnerizzata da Magna in Austria; in Finlandia la Valmet assembla per Ford; BMW fa produrre la X3 dalla Magna in Austria.

Per Brembo nella produzione di auto è in crescita la propulsione ibrida nella combinazione benzina+elettrico, soprattutto nella produzione giapponese, mentre quella europea è più orientata al miglioramento dei motori diesel. Per il sistema frenante l'ibrido comporta l'implementazione di sistemi che favoriscano l'accumulo di energia in frenata.

Il “drive by wire” sembra avere scarsa applicabilità nel sistema frenante, ove occorre salvaguardare livelli d’affidabilità che l’applicazione di comandi elettronici non assicura per il momento.

I cambiamenti dell’auto nei prossimi vent’anni saranno più evolutivi che rivoluzionari. Ci sarà un’evoluzione verso l’impiego di nuovi materiali (ceramica, alluminio fuso, plastica, resine speciali).

Per NGK, i Costruttori tendono a ridurre i costi di garanzia, pur estendendone la durata, mentre cresce il loro interesse ad acquisire quote del mercato del ricambio-riparazione. La vita media delle candele è passata in pochi anni da 10-15.000Km a 50.000-60.000 Km (percorrenza corrispondente alla durata media della garanzia fornita dai Costruttori europei) con tendenza a raggiungere i 100.000 km.

La tecnologia che si sta sviluppando impiega il platino e l’iridio, con saldatura laser. E’ in forte crescita la produzione dei sensori, delle centraline elettroniche e delle strumentazioni di controllo, anche se si sta rinunciando ai servizi elettronici non effettivamente utilizzati dall’automobilista.

Le direttive UE (Euro 5) richiedono il dimezzamento delle emissioni entro il prossimo anno, e questo comporta l’uso di carburanti sempre più leggeri, di motori a iniezione diretta e common rail sia sui motori diesel sia su quelli a benzina.

La fornitura sistemica domina il mercato del primo equipaggiamento. Ngk, pur essendo il primo produttore mondiale di candele d’accensione e sonde lambda, riconosce che il mercato europeo delle sonde è dominato da Bosch in quanto quest’ultima è leader nel sistema sensori-centralina elettroniche.

6.4.6 L’aumento delle materie prime

Per Rejna l’aumento del prezzo dell’acciaio è stato del 15%, con un’incidenza del 5-6% sul costo del prodotto finale, aumento non recuperato nei prezzi di vendita.

Analogamente per le **Officine Meccaniche Cresto (TO)**, cui il costruttore nazionale non ha riconosciuto alcun adeguamento. Oltre all’aumento dei prezzi – la biglietto

passata da 0,30 a 0,50 euro/kg – vengono segnalate scarsità nella disponibilità. Questa situazione ha fatto sì che la vendita degli scarti di lavorazione sia diventata una voce non trascurabile dei ricavi.

Anche l'inizio del 2004 è stato caratterizzato da tensioni sui prezzi delle materie prime, come segnalato da Real e Bulloneria Barge. Le forniture ai Costruttori sono però continuate agli stessi prezzi, e solo ora sono in corso trattative, peraltro difficili, sugli adeguamenti richiesti.

Per OMG Officine Meccaniche la tensione dei prezzi delle materie prime ha una notevole ripercussione sui costi. I prezzi di vendita del primo equipaggiamento sono rimasti forzatamente stabili, mentre per quelli dei ricambi l'azienda ha proposto per il secondo semestre 2004 un adeguamento del 4% che sembra in gran parte accettato.

BOX

Intervista al Prof. G.Volpato

a cura di Daniele Robiglio

:

1) Delocalizzazione di acquisti e produzione: sembra che il Veneto sia all'avanguardia, in particolare verso i Paesi dell'Europa centrale e orientale (PECO).

a) L'approccio delle imprese venete: Espansione in Europa e/o reimportazioni?

b) Come fare a delocalizzare imprese troppo piccole:un commento al progetto di distretto elettromeccanico a Samorin (Slovacchia), promosso dall'Unione Industriali di Vicenza

c) Condizioni per la costituzione di parchi di fornitori all'estero.

d) E' possibile la delocalizzazione anche verso mercati ricchi come Francia o Germania?

La mia impressione è che le aziende puntino ad una vera e propria delocalizzazione agganciata ad investimenti di costruttori in questi paesi, che dovrebbero aumentare in sintonia con la crescita della loro economia e della motorizzazione. A mio avviso la reimportazione non è conveniente. Per fissare le idee facciamo qualche conto anche se piuttosto semplificato. Una casa automobilistica generaliste tipo: Fiat. Peugeot, Renault, Volkswagen, ha un costo del lavoro che si colloca fra il 15 e il 18% sul totale dei propri costi, ma ovviamente in questi costi vi sono quelli riferiti al complesso dei dipendenti utilizzati in attività non strettamente produttive (amministrazione, marketing e commerciale R&S, ecc.). Se togliamo questa quota, che in un caso di de-localizzazione resta presso la casa madre, l'incidenza del costo del lavoro non supera il 12%. Se ora ipotizziamo che per i produttori di componenti l'incidenza del costo del lavoro sia un po' superiore (queste aziende hanno molti meno cosiddetti "improduttivi") la loro incidenza non dovrebbe andare sopra il 20%.

Ciò vuol dire che una delocalizzazione in un paese PECO dove la manodopera costa tra un quarto e un quinto di quella attuale consente una riduzione globale dei costi di circa il 5% a fronte del quale abbiamo però una minor produttività, a parità di livello tecnologico degli impianti, e complicazioni logistiche ed organizzative non trascurabili. Morale, se una impresa componentista fosse costretta a re-importare la componentistica prodotta in un paese PECO (perché non riesce ad agganciarsi a produzioni locali) non avrebbe certamente fatto un affare. Quindi a mio avviso deve essere assolutamente delocalizzazione e mirato su obiettivi di crescita significativi connessi ai mercati dell'area in cui ci si va a collocare. Ovviamente la produzione di componentistica ad alto valore aggiunto e basso costo di trasporto (componentistica elettronica) sfugge a questi vincoli, anche e soprattutto perché chi la produce (es. Bosch) opera in condizioni di quasi monopolio e quindi ha margini rilevanti sui prezzi. I fornitori normali, che devono sottostare ad una competizione molto accesa non hanno questa possibilità.

La delocalizzazione è naturalmente una sfida molto impegnativa per le piccole imprese, sia dal punto di vista finanziario, ma soprattutto da quello manageriale. La soluzione va cercata nella realizzazione di un progetto che accomuni diverse aziende complementari e che sfrutti una società di servizi (realizzata dal consorzio o dall'impresa-guida del consorzio stesso) che sia in grado di organizzare una serie di attività progettate in comune per tutte le partecipanti al consorzio. Il progetto Samorin¹⁵ mi sembra un esperimento interessante. Ma naturalmente questi progetti hanno il loro punto critico nella qualità della collaborazione tra le imprese. Se questa collaborazione è forte le prospettive sono interessanti.

Per quanto concerne la delocalizzazione in paesi tipo la Germania e la Francia, e per i motivi già esposti in precedenza, quello che si può fare è subentrare assorbendo una azienda in difficoltà. Tuttavia l'azienda da assorbire da un lato deve avere delle

¹⁵ Progetto, promosso dall'Associazione Industriali della provincia di Vicenza, per la creazione in Slovacchia (nella cittadina di Samorin, a pochi chilometri dalla capitale Bratislava) di un distretto dell'industria elettromeccanica riproducendo il sistema di relazioni esistente all'interno di un tipico distretto del Nord Est.

competenze di rilievo e dall'altro disporre anche di un parco clienti. In questo caso l'assorbimento non è fatto sulla riduzione dei costi ma sull'integrazione di competenze e di tecnologie disponibili. Penso ad esempio al caso di Pininfarina che ha assorbito la Matra Engineering che mi pare che rispecchi proprio questa logica.

2) La distribuzione regionale dell'industria autoveicolistica:

a) La geografia della componentistica italiana è cambiata? La sua minor dipendenza dalla fornitura Fiat si avverte maggiormente in regioni come Veneto ed Emilia-Romagna?

b) La ricerca di nuove frontiere produttive e di nuovi mercati: anche altre regioni (Toscana, Marche, Abruzzi-Molise, Puglia, oltre ovviamente alla Lombardia) sembrano aver dimostrato dinamicità. E' un fenomeno durevole?

Tutte le aziende componentiste italiane, soprattutto quelle che non sono emanazione di grossi gruppi internazionali a controllo straniero, dovrebbero effettuare contemporaneamente una operazione di diversificazione a macchia d'olio e di concentrazione delle competenze in un'area tecnologicamente ben definita. In altre parole si tratta di cercare di vendere lo stesso genere di competenze e capacità, piuttosto ben delineate, a una molteplicità non solo di clienti dello stesso settore (l'auto), ma anche a clienti di settori industriali che pur avendo dei prodotti finali molto diversi utilizzano tecnologie e componenti molto simili. Un buon esempio è rappresentato dal settore delle autovetture e da quello motociclistico, dei veicoli industriali, delle macchine agricole, ecc. Tuttavia io sostengo che questa diffusione "orizzontale" verso clientele di vari settori è assolutamente necessaria e che vi sono molti comparti in cui questo inserimento non dovrebbe essere difficile in quanto si tratta di arricchire con le tecnologie e i componenti già sperimentati sull'automobile dei prodotti più giovani e meno sofisticati, ma che dovranno crescere nei prossimi anni.

Per il momento le aziende componentiste venete hanno una diversificazione della clientela automotive sia verso la Germania sia verso il settore degli elettrodomestici e quella dell'Emilia-Romagna sia verso l'estero (per l'Automotive) sia verso il mercato del ricambio Aftermarket, dove tra l'altro il nuovo regolamento dell'UE sulla new block exemption (1400/02) offre nuove opportunità di inserimento (ricambi autocertificati di qualità equivalente). Tuttavia a mio parere gli spazi sono molto più ampi di quelli fino ora sfruttati.

Ad esempio per l'area del Piemonte suggerirei una iniziativa sostenuta degli Enti Locali per la ricerca sistematica di settori/imprese esterne all'automotive che potranno/dovranno introdurre nuove tecnologie di modernizzazione dei loro prodotti già sperimentate nell'automotive. Non solo si troverebbero nuovi sbocchi per un importante comparto come quello della componentistica, ma si darebbe un impulso importante a settori a tecnologie medio-basse che potrebbero fare un salto qualitativo non indifferente con l'introduzione di tecnologie più sofisticate.

Se questa linea fosse seguita si avrebbe un nuovo sentiero di crescita di indubbio rilievo.

Ormai tutti dicono che la competitività delle imprese deriva dal loro accumulo di competenze, si tratta quindi di agevolare queste forme di trasferimento tecnologico attraverso l'apertura di "canali comunicanti" attraverso i quali realizzare logiche di network.

3) "Fare sistema", imperativo da molti indicato alle imprese ed alle istituzioni. E' un approccio universalmente valido e condiviso o è valido limitatamente ad alcune aree geografiche (es: Piemonte)?

Al momento mi pare che in giro ci sia assai poca sensibilità imprenditoriale di questo tipo. Il fatto è che noi abbiamo imprenditori di piccole-medie imprese (rispetto agli altri importanti paesi europei) che sono cresciuti proprio sul loro individualismo. Devono capire che ciò che era una virtù può diventare (in un sistema socio

economico basato sulla globalizzazione) un vizio. Devono quindi imparare (e in fretta) a fare massa critica assieme. Purtroppo non esistono, che io sappia, ricerche specifiche su questi aspetti, quello che è certo è che (e recenti ricerche sulla subfornitura lo confermano) che le aziende di minori dimensioni non hanno la massa critica sufficiente per investire sulle tecnologie e sui mercati in misura sufficiente ad affermarsi. Quindi unirsi o scomparire.

4) Fiat:

a) il nuovo management: ricadute su strategie di acquisto, rapporto con i fornitori, outsourcing-insourcing

b) le prospettive di riallocazione dei volumi produttivi in Italia nei varistabilimenti e fuori nei vari paesi.

c) la collaborazione con GM: acquisti, in produzione (piattaforme), nei componenti-sistemi (Powertrain, Marelli Sospensioni)

d) le esigenze di competere nel "basso di gamma" spingeranno a un ridisegno di gamma e localizzazioni?

È difficile rispondere, tanto più nello spazio di una intervista. Semplificando direi che l'ingresso del nuovo management di Fiat SpA dovrebbe lasciare più autonomia al management di Fiat auto e in generale ciò è una buona cosa, speriamo lo sia anche nel caso specifico.

Circa l'outsourcing non dovrebbe cambiare nulla come politica di acquisti, continuerà la pratica prevista dalla Joint Venture GM-Fiat Global Purchasing. Sull'insourcing Morchio aveva sottolineato l'importanza di invertire il "deflusso di competenze" ritornando ad investire in aree che sono state oggetto di esternalizzazione, ma credo che comunque si potrà fare poca cosa vista la situazione di tensione finanziaria.

La presenza di Montezemolo alla doppia presidenza Fiat-Ferrari potrebbe finalmente preludere ad iniziative di diffusione dell'immagine Ferrari sui marchi Fiat. Non si tratta di accorpate l'Alfa Romeo al binomio Ferrari/Maserati che secondo me sarebbe

una mossa sbagliata (almeno nei termini in cui la stampa ne ha parlato in quanto i volumi ai quali Alfa Romeo deve puntare sono di due ordini di grandezza superiori a quelli di questi due marchi), ma piuttosto (è solo un esempio) far progettare alla Ferrari parti nobili per Alfa Romeo e Lancia (motori/trasmissioni). In passato operazioni di questo tipo avrebbero messo in allarme la Ferrari perché si poteva temere un rischio di svalutazione della sua immagine, ma con la doppia presidenza di Montezemolo (grande esperto di brand equity) a vigilare non ci dovrebbero essere preoccupazioni. Anche l'idea già sperimentata con la Thema 8/32 potrebbe essere riesumata, ma dovrebbe innanzitutto riguardare modelli a trazione integrale d'alta gamma dei due marchi Alfa Romeo e Lancia.

Tuttavia dobbiamo essere tutti consapevoli che abbiamo di fronte una fase di risanamento (cioè di cancellazione delle perdite) che speriamo sia realizzato nei tempi previsti, ma deve ancora essere impostata la fase di rilancio. Jean-Martin Folz, PDG del gruppo Peugeot-Citroën ha recentemente dichiarato che il suo obiettivo è realizzare un margine operativo pari al 5% sul fatturato, che gli consentirebbe un ritorno sul capitale investito di 5 punti percentuali superiori al costo dello stesso capitale. Ed in effetti è a un obiettivo come questo al quale si deve puntare se si vuole continuare ad operare nel settore in modo indipendente (cioè senza essere costretti a farsi assorbire). Ma obiettivi di questo genere presuppongono per la Fiat un nuovo piano di rilancio dopo quello di risanamento, con tutto ciò che una simile manovra comporta.

Molto dipenderà dall'accordo con GM, che dovrebbe essere molto più avanzato sul piano dello sviluppo delle piattaforme comuni, che deve ancora produrre i frutti potenziali, o con la scelta di altri partner.

5) Cina: opportunità, minaccia, boomerang?

La Cina è una grossa opportunità a medio termine ma si deve ricordare che essa è una tigre a tutti gli effetti e quindi cavalcarla a lungo termine senza essere sbalzati (e poi

divorati) è molto difficile. Fuor di metafora bisogna essere molto forti tecnologicamente. Solo i proprietari di tecnologie avanzate e non facilmente imitabili possono non solo godere dei vantaggi della crescita a medio termine, ma anche della successiva fase di esportazione di ritorno del lungo termine. Come ha dichiarato recentemente l'ingegner Le Pera, CEO di GM-Fiat Global Purchasing, in occasione dell'Assemblea della sezione Componenti dell'ANFIA, la Cina è già oggi il primo paese produttore mondiale di componentistica elettronica automotive. E questo fatto dà un'idea dell'esplosiva potenzialità di questo paese.

La Fiat è partita in grande ritardo pur avendo la favorevole esperienza Iveco a farle da battistrada; quest'anno la sua produzione in Cina arriverà a 50.000 pezzi il che è davvero poca cosa.

Quindi tutti quelli che non sapranno fare "surfing" restando sulla cresta dell'onda rappresentata dalla crescita cinese sono destinati ad essere inghiottiti.

7 LA COMPONENTISTICA PIEMONTESE

7.1 Il quadro di riferimento

Il 2003 è stato un nuovo anno controcorrente per la componentistica piemontese, che ha proseguito la corsa obbligata all'export – internazionale e interregionale - a fronte di un mercato regionale in continua contrazione. La produzione di autovetture ha infatti subito in Piemonte un nuovo significativo taglio (-19%) a seguito dell'ulteriore contrazione della produzione nazionale di autoveicoli (-8,8%) e della prosecuzione della riallocazione della produzione a favore dei più moderni stabilimenti meridionali del gruppo Fiat.

Ne è risultato un quadro congiunturale difficilissimo: la produzione industriale regionale dell'intera filiera dei mezzi di trasporto risulta in calo dell'8,2% rispetto al già difficile 2003; il tasso di utilizzo degli impianti metalmeccanici è ulteriormente sceso, seppure di poco ed era al 73,8% a fine 2003; anche i dati relativi all'utilizzo della cassa integrazione guadagni straordinaria nell'industria meccanica registrano un impennata, passando da 5 a 36 milioni di ore, equivalenti a 18.000 annualità di lavoro, interamente concentrate nella provincia di Torino, cui si devono aggiungere 4.600 lavoratori iscritti nelle liste di mobilità provenienti da industrie delle meccanica con oltre 15 addetti.

7.2 I numeri del Piemonte

In questo quadro di grandi difficoltà si registra una sostanziale tenuta dell'industria componentistica regionale, non solo sul fronte internazionale, con alcune indicazioni dell'avvio di un processo di ricomposizione, che vede protagonisti di acquisizioni nuovi soggetti come RGZ, ma anche gruppi consolidati come il gruppo Magnetto e oggetto delle acquisizioni società che in virtù della loro dipendenza dal gruppo Fiat hanno in maggior misura risentito del calo di domanda locale (quali Itca, Stola, Turinauto).

Data la nota carenza di statistiche ufficiali riguardo al comparto, i dati che proponiamo in questo paragrafo sono tratti dalla survey, integrata dai dati ISTAT relativi al commercio internazionale, limitati al settore 343, omogenei con quelli pubblicati nelle precedenti edizioni.

A fini di inquadramento si ricordano alcuni dati di stock sul settore in Piemonte.

Il sistema della fornitura di componenti in Piemonte è composto da circa 360 società di capitali, che arrivano a 1.200 tenendo conto di tutta la filiera che include altresì le attività di engineering, le attrezzature di produzione, le lavorazioni e i servizi.

Complessivamente si stima un'occupazione nell'ordine di 80.000 persone e un valore della produzione superiore ad un terzo di quello nazionale. Le 360 imprese della componentistica si suddividono in una ventina di fornitori di moduli e sistemi, 200 fornitori di parti e componenti per il mercato originale e 140 società specializzate nel mercato del ricambio.

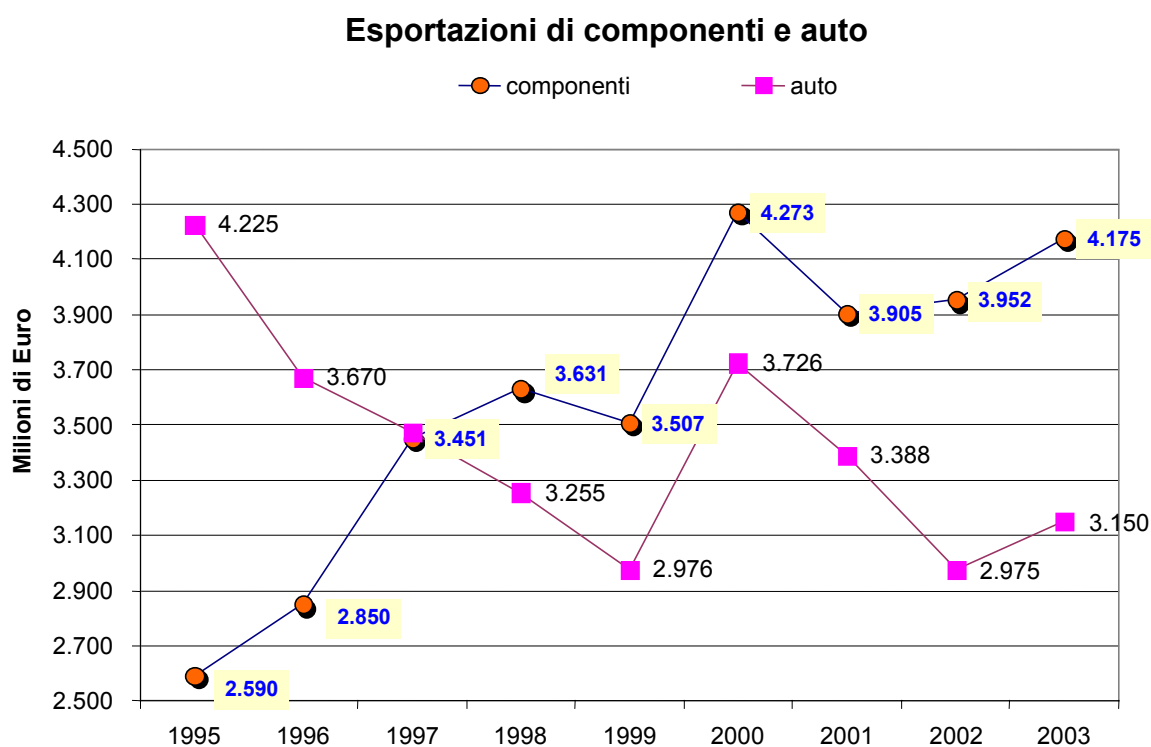
Composizione della filiera autoveicolistica in Piemonte

NATURA_GIURIDICA	Totale
Società di capitali	1.168
Società di persone	83
Impresa individuale	4
Cooperativa	1
ND	12
Totale complessivo	1.268

Fonte: elaborazione Osservatorio su Fonti varie

7.3 Il commercio internazionale

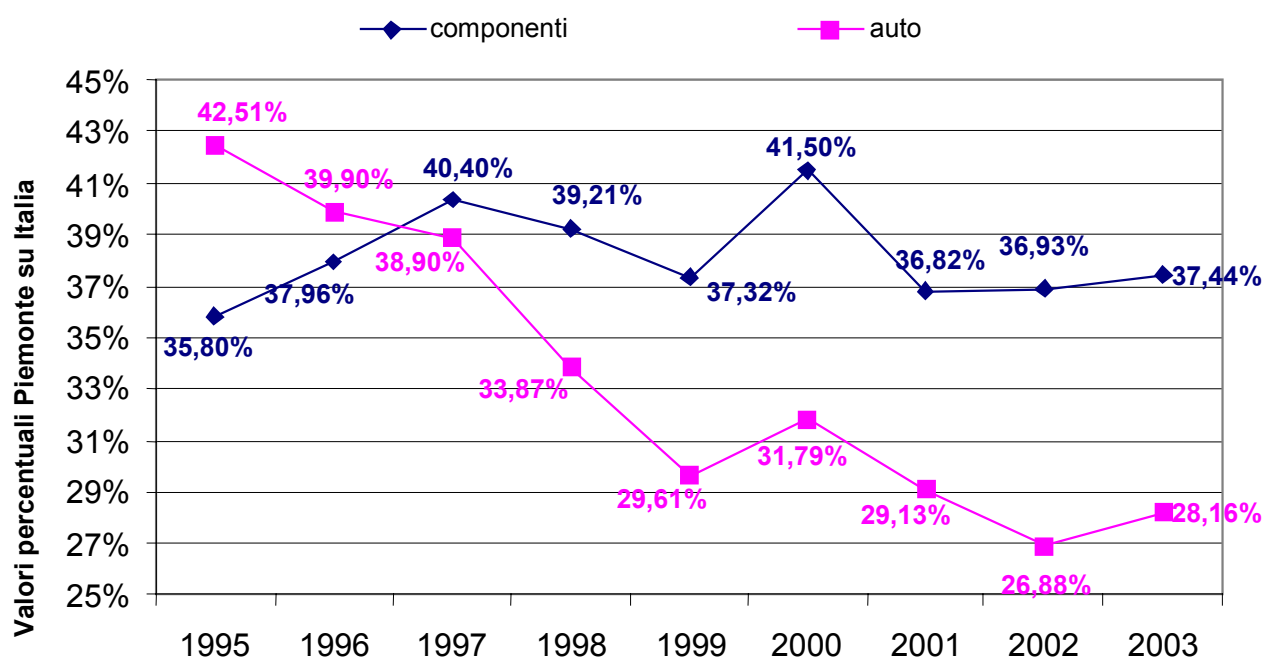
La realtà piemontese in proporzioni ancora superiori a quella osservata a livello nazionale, ha manifestato nell'ultimo anno una notevole spinta all'internazionalizzazione sia in termini commerciali (export), sia, come già ricordato in premessa, in termini di trasformazioni strutturali. Nel 2003 il Piemonte ha evidenziato delle performance esportative di assoluto rilievo, raggiungendo la quota di 4,2 miliardi di euro, in crescita del 5,7% sul 2002.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

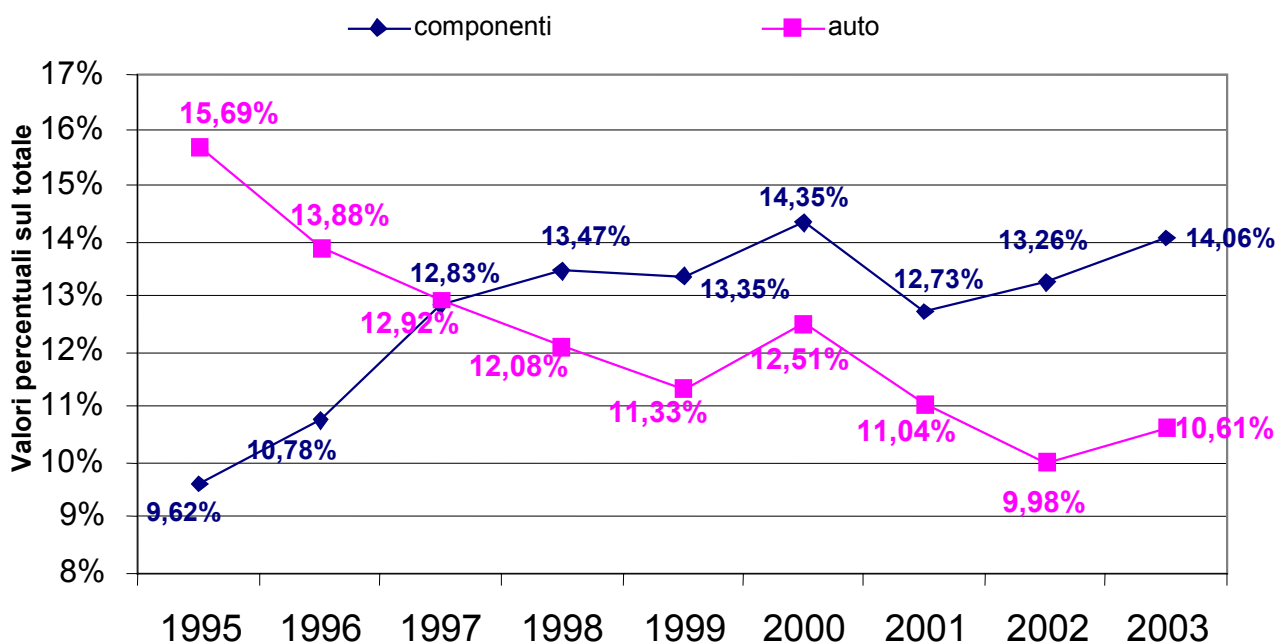
Si conferma il trend crescente nella produzione di componenti avviato nel 1995 ma che aveva subito una forte battuta d'arresto nel 2001. Ulteriori indicatori dell'andamento positivo delle attività internazionali del Piemonte sono sia la crescita del peso dell'esportazioni di componenti e di auto sul totale delle esportazioni piemontesi, sia del peso delle esportazioni piemontesi sul totale delle esportazioni italiane.

Esportazioni di componenti e autoveicoli, Piemonte su Italia



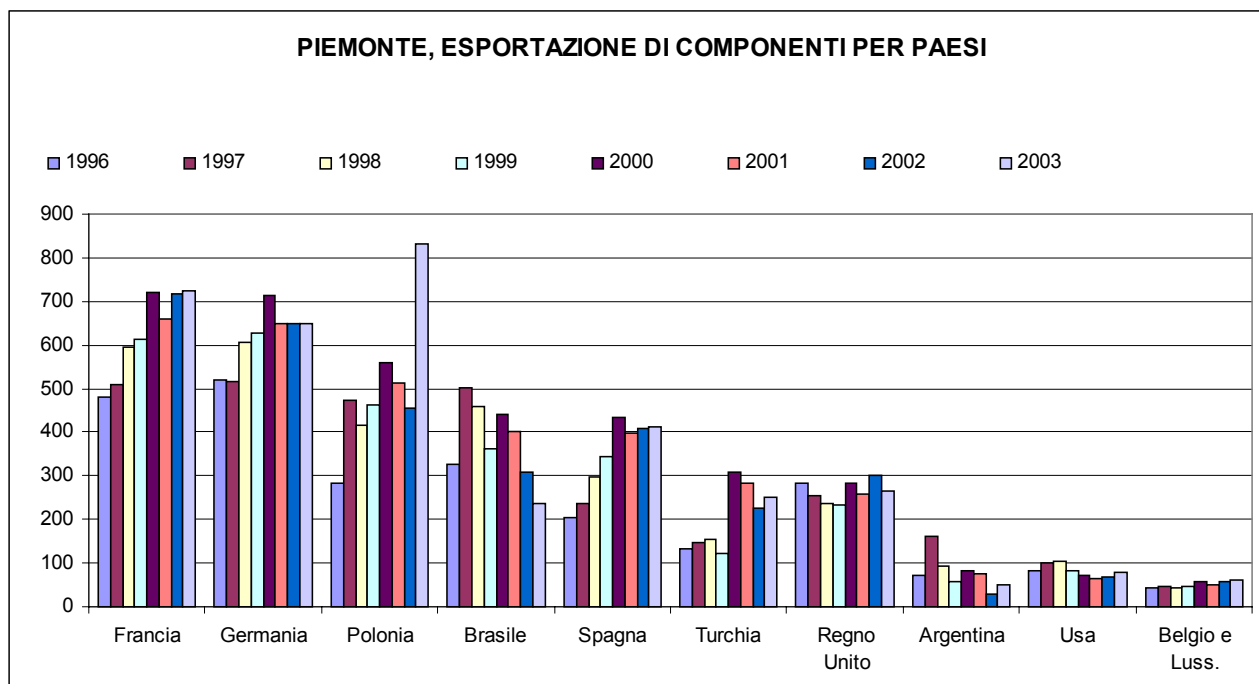
Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Piemonte: esportazioni di componenti e autoveicoli sul totale



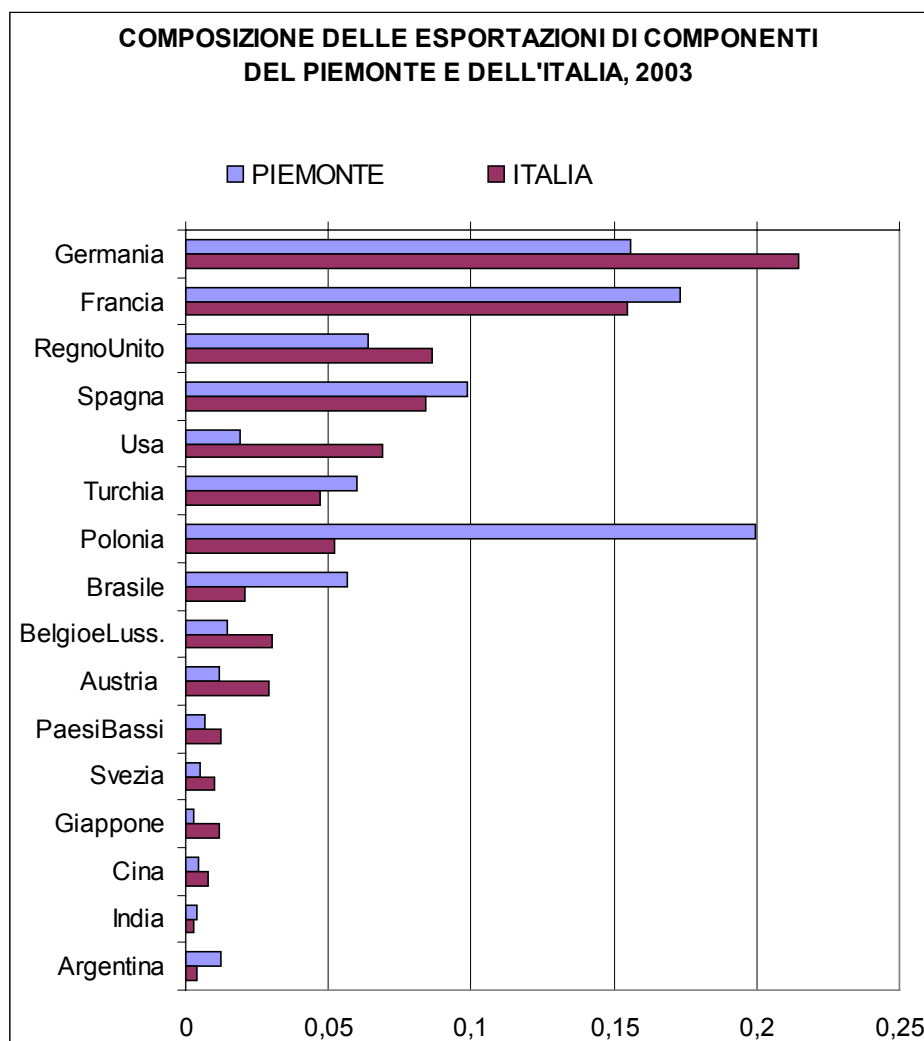
Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

La tendenza ad incrementare le esportazioni, trova una conferma anche nell'analisi per paese, con esportazioni in crescita verso Francia, Germania, Spagna, Stati Uniti. Da segnalare la crescita importante delle esportazioni di componenti verso la Polonia (+83%) e l'Argentina (+90%), due paesi con una forte presenza della Fiat.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

Lo stesso dato confrontato con i valori relativi all'Italia, indica una specializzazione relativa del Piemonte per Francia, Spagna, Turchia, Polonia, Brasile, India e Argentina.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio e ISTAT

In conclusione, il 2003 ha mostrato segnali positivi per la componentistica piemontese, in crescita sia rispetto al mercato nazionale sia rispetto agli altri comparti produttivi.

7.4 Indicazioni sull'andamento della produzione regionale

Questo paragrafo analizza l'andamento della produzione del sottoinsieme dei rispondenti alla survey, presentata nel capitolo precedente, che dichiarano di produrre esclusivamente in Piemonte. La scelta, che privilegia l'aspetto di localizzazione, rispetto a quello di origine, dipende dalla struttura del questionario, che per limitare l'onere per i rispondenti non ha richiesto di fornire indicazioni ripartite per singole aree di produzione. Le risposte sono quindi da considerarsi indicative dell'andamento

della produzione componentistica in Piemonte e non dell'andamento dei componentisti piemontesi nel mondo.

Si tratta di 58 imprese, perlopiù di dimensioni medie e piccole. L'83% ha un solo stabilimento ed il 70% delle imprese multistabilimento hanno solo 2 unità locali.

7.4.1 Il campione

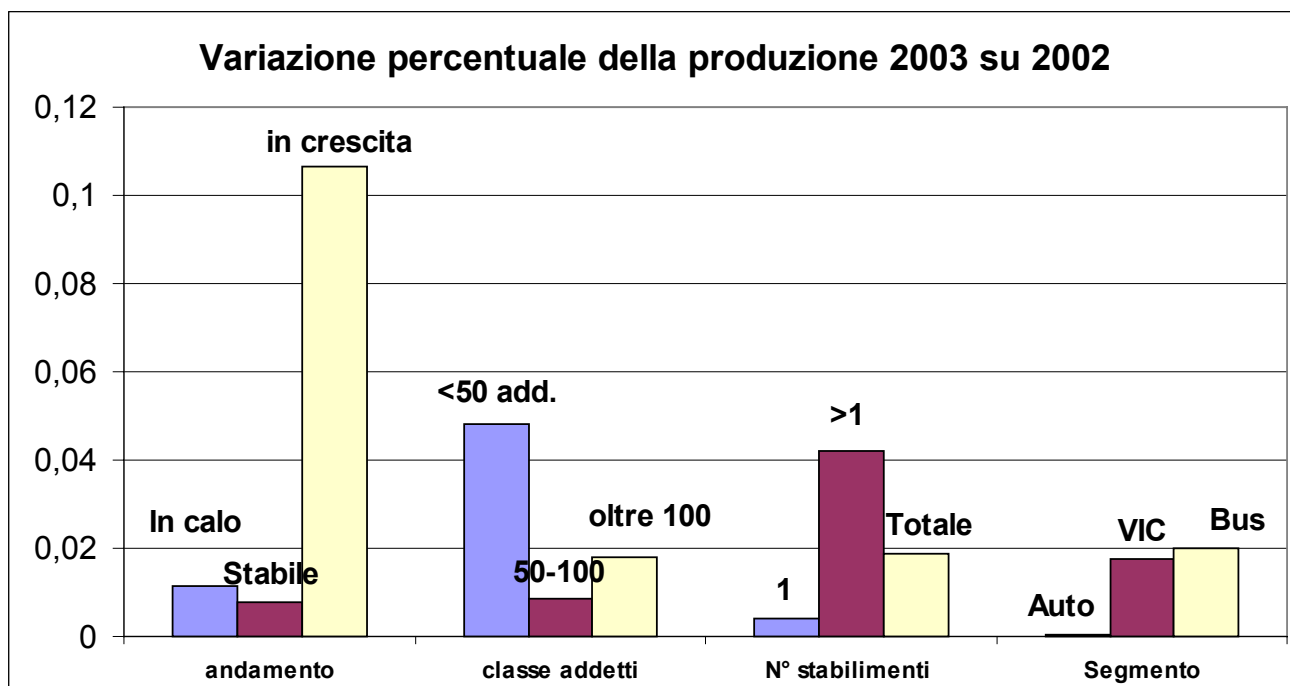
Rispetto al campione nazionale, le imprese piemontesi manifestano una maggiore diversificazione di prodotto. Infatti "solo" il 77% della produzione è destinata al settore automotive (contro il 91% del campione nazionale), con la sola eccezione delle imprese con 100-250 addetti che raggiunge una punta del 94%.

La variazione degli addetti per classe di addetti 2002-2003

classe addetti	variazione %
fino a 50	4,4%
da 50 a 100	1,1%
da 100 a 250	-3,1%
oltre 250	-3,8%
totale	-2,4%

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

Complessivamente il campione piemontese registra un calo degli addetti del 2%, superiore alla media nazionale (-1%), effetto di una elevata contrazione per le classi di addetti maggiori e un saldo positivo solo delle imprese con meno di 100 addetti.



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

La produzione cresce complessivamente dell'1,9% e con picchi più elevati per le imprese con meno di 50 addetti e che producono per il segmento dei Bus e dei VIC. Relativamente alla destinazione all'interno dell'autoveicolo, risultano sorprendentemente in calo solo i componenti elettrici / elettronici (-3,5%) mentre sono in crescita tutti gli altri comparti, in particolar modo gli esterni (+5,7%), i componenti dell'alimentazione/scarico (+4,7%) e della climatizzazione(+4,5%). Relativamente alla destinazione nella filiera si registra una crescita maggiore della produzione destinata al mercato del ricambio (+3,2%) ma resta comunque positivo anche l'andamento della produzione destinata all'OEM e alla subfornitura che cresce complessivamente del 1,6%.

7.4.2 L'attività internazionale

La forte vocazione esportativa delle imprese piemontesi trova conferma anche nei dati della survey, da cui si evince che i 3/4 delle imprese rispondenti dichiara di produrre per l'esportazione.

Le imprese piemontesi manifestano una concentrazione dell'export su pochi mercati principali: il 40% dei rispondenti che hanno fornito un'indicazione puntuale, dirige almeno la metà delle esportazioni sul primo mercato, che pesa in media il 58% delle esportazioni; il 61% del campione esporta almeno il 75% sui primi due mercati e meno di un quinto vi destina meno della metà delle esportazioni.

Il 72% delle imprese esporta come paese principale verso la Germania (31%), la Francia (28%) e la Spagna (13%). La Francia è citata all'interno dei tre mercati principali dal 64% dei rispondenti, la Germania dal 56% la Spagna dal 38% .

Passando all'analisi dei mercati in crescita, sono la Francia e "altri paesi europei" i mercati più citati dagli esportatori – citati dal 27% delle imprese e dall'8% come primo mercato in crescita e complessivamente dal 41% tra i mercati in crescita – seguito dalla Germania – rispettivamente 22% e 38% - e a sorpresa, con un elevato livello di dispersione, dai mercati emergenti (rispettivamente 13% e 23%).

Meno rilevanti le informazioni sulla presenza internazionale dato il criterio di selezione del campione.

L'indicatore di rilevanza complessiva del mercato, che combina le informazioni relative all'importanza, alla crescita e alla presenza diretta, individua la Francia come mercato più importante per il Piemonte. Se non sorprende la presenza al secondo e terzo posto di Germania e Spagna, è più inattesa la presenza nelle posizioni medio-basse della ideale classifica e soprattutto in posizioni relative più basse rispetto a quelle osservate per l'intero campione, di paesi con una forte presenza produttiva della Fiat. Tale dato, che parrebbe indicare una minore dipendenza delle imprese piemontesi dal costruttore nazionale, dipende probabilmente dalla modalità di selezione del campione.

Paese	Importanza del mercato - distribuzione delle citazioni	Importanza del mercato - media del peso sul totale export	Mercati in crescita 2003 su 2002 - distribuzione delle citazioni	Mercati di presenza diretta - distribuzione delle citazioni	Indicatore di rilevanza complessiva del mercato
Francia	59,5%	33,6%	38,1%	71,4%	1,00
Germania	52,4%	42,2%	35,7%	57,1%	0,93
Spagna	35,7%	35,7%	16,7%	42,9%	0,65
Altro Europa	28,6%	14,3%	38,1%	0,0%	0,40
Polonia	19,0%	33,1%	19,0%	0,0%	0,35
Gran Bretagna	14,3%	14,8%	9,5%	28,6%	0,33
Usa	7,1%	27,3%	2,4%	14,3%	0,25
Altro Emergenti	11,9%	10,0%	21,4%	0,0%	0,21
Turchia	11,9%	20,6%	9,5%	0,0%	0,21
Brasile	7,1%	6,7%	4,8%	14,3%	0,16
Altro Avanzati	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	0,02

7.4.3 Gli acquisti

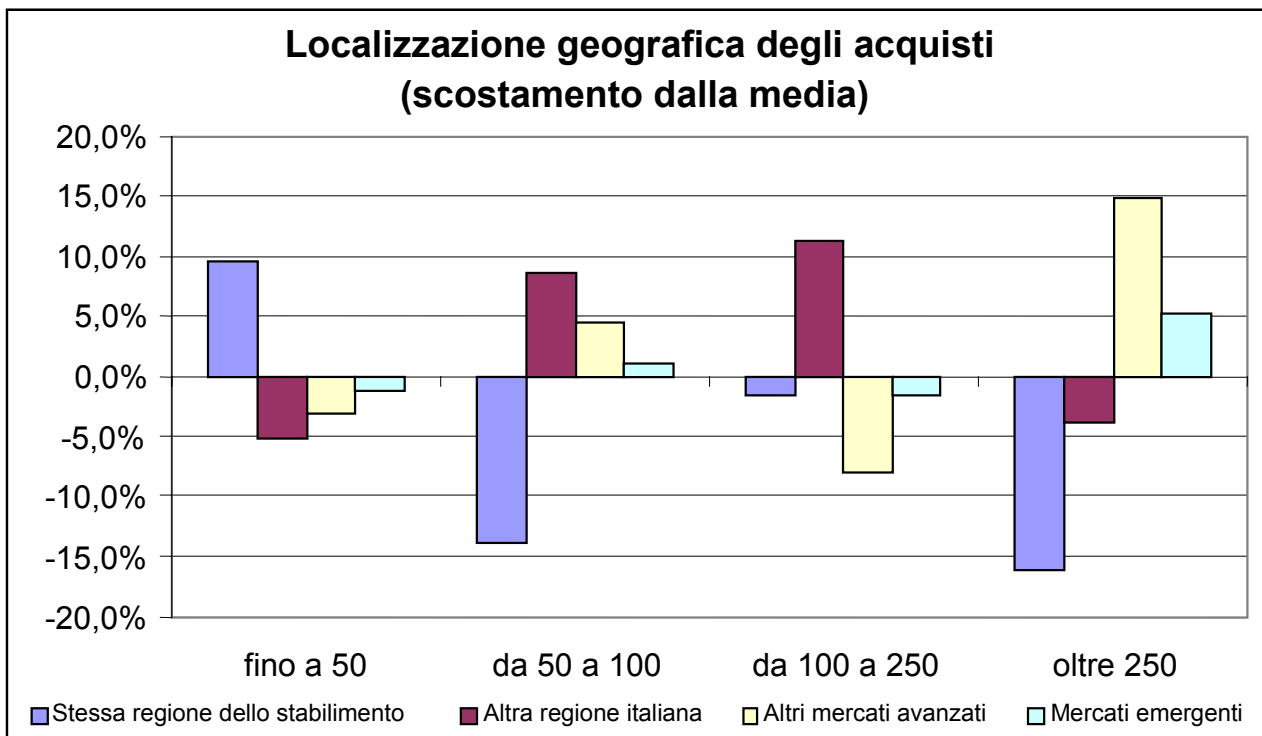
Solo i 2/3 del campione piemontese ha dichiarato il numero dei fornitori, che complessivamente è cresciuto del 3,4%. Il 58% dei rispondenti dichiara un aumento del numero dei fornitori contro un 27% che ne dichiara una diminuzione. Dal punto di vista dimensionale sono soprattutto le imprese più piccole a manifestare un aumento (+9,1% nella classe fino a 50 addetti), mentre solo le imprese da 100 a 250 addetti dichiarano una debole riduzione (-0,3%).

	aument o	stabilità	diminuzione
Evoluzione numerosità fornitori	58%	15%	27%
Evoluzione peso acquisti	26%	53%	21%

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

L'analisi della provenienza degli acquisti conferma la completezza del sistema locale, riscontrata peraltro anche nell'analisi dell' campione complessivo.

Le importazioni rappresentano infatti solo il 16% del totale degli acquisti e solo il 2% provengono dai mercati emergenti. L'84% degli acquisti sono nazionali, e il 56% è rappresentato da acquisti regionali.. Come già evidenziato per il campione nazionale, anche in Piemonte la “località” degli acquisti è massima per le imprese con meno di 50 addetti (il 66% nella stessa regione e minima esposizione agli acquisti internazionali, il 12%) e decresce al crescere della dimensione d'impresa. Le importazioni sono infatti più elevate per le imprese con più di 250 addetti (il 37%).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio



7.4.4 Gli investimenti

Le imprese piemontesi dichiarano investimenti in lieve crescita intorno all'12% del fatturato. Il 47% dei rispondenti effettua investimenti almeno pari al 10% del fatturato, il 23% tra il 5 e il 10% ma il dato significativo, che si discosta

sensibilmente dal dato nazionale, è rappresentato dal 30% delle imprese che investe meno del 5% del fatturato.

All'interno delle imprese che hanno fornito indicazioni per entrambi gli anni, si rimarca che quasi la metà dei rispondenti ha diminuito gli investimenti dal 2002 al 2003, ma circa un terzo li ha comunque aumentati, malgrado la difficile congiuntura economica del paese e del comparto.

	aumento	stabilità	diminuzione
Evoluzione investimenti	29%	25%	45%

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

L'analisi della spesa in R&S delle imprese piemontesi, confrontata con il dato nazionale fornisce indicazioni positive per la regione: in Piemonte è quasi doppia la percentuale di imprese che investono più del 5% del fatturato in R&S ed è quasi la metà quella delle imprese che non investono affatto.

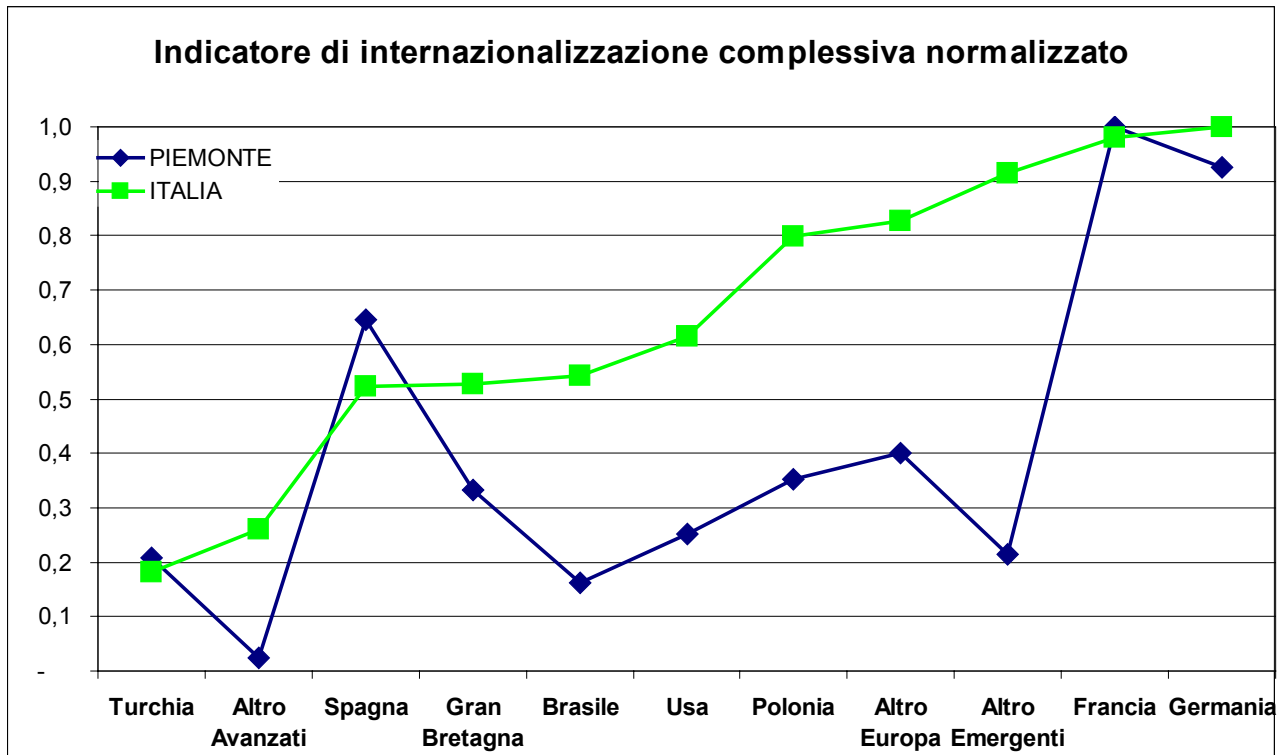
	0	0-1%	1-3%	3-5%	>5%
Spesa in R&S Piemonte	15%	34%	32%	9%	11%
Spesa in R&S Italia	28%	27%	23%	17%	6%

Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio

La chiave di lettura di queste concentrazioni, seguendo la strada aperta dagli operatori stranieri dei mercati più avanzati, sembra essere la volontà di creare gruppi produttivi forti, sinergici e capaci di porsi sul mercato, soprattutto del primo equipaggiamento, con un'offerta qualificata e competitiva di insiemi sistemici e di architetture modulari da proporre ai Costruttori ed ai grandi fornitori.

Il ridimensionamento che il comparto ha subito inevitabilmente negli ultimi anni, sembra aver rafforzato chi è sopravvissuto, puntando su produzioni di nicchia nella meccanica-elettronica-elettrico. In Piemonte infatti la densità aziendale nelle nuove tecnologie (50%) supera quella nazionale (30%), mentre in altri comparti produttivi, come lo stampaggio sembra delinearsi la tendenza dei fornitori Fiat, a controllo

straniero, a spostare il peso dei loro apparati produttivi dall'area torinese verso altre aree di produzione della Fiat (Melfi e Cassino).



Fonte: Elaborazioni Osservatorio su dati Osservatorio¹⁶

¹⁶ E' costruito attraverso la normalizzazione della somma aritmetica dei quattro indicatori di internazionalizzazione (i due di importanza relativa dei mercati di destinazione delle esportazioni, uno di indicazione dei mercati in crescita e uno di presenza diretta) descritti nel par. 7.4.2.

PARTE QUARTA – IL DIARIO DEL 2003-2004

Giugno 2003

- Volkswagen investirà 500 milioni di euro in 5 anni nell'impianto per la produzione di un monovolume a Palmela (Portogallo).
- Toyota ha annunciato il programma di impiantare due sedi dedicate alla R&S in Thailandia e Australia, per rispondere alla differenziazione, alla specializzazione e alla crescita dei mercati in Asia ed Oceania. Le due sedi costituiranno la base d'oltremare per la R&S. La costruzione dei nuovi impianti è stata avviata nel settembre 2003, e saranno completamente operativi nel secondo semestre di 2004.
- Nissan e DongFeng Motor Corporation hanno annunciato una nuova Joint Venture, diventata operativa a luglio 2003. La sede dell'azienda, che impiegherà 74.000 addetti, è situata a Wuhan (Hubei-Cina) e sarà operativa nei comparti delle carrozze ferroviarie, dei veicoli leggeri, dei camion e dei bus.
- Delphi ha investito in Cina 12 milioni di dollari per la produzione del sistema di iniezione Multec3 nello stabilimento di Shanghai.

Luglio 2003

- Nissan produrrà due nuovi veicoli e un nuovo motore negli stabilimenti spagnoli a Barcellona. L'azienda ha annunciato un investimento 400 milioni di euro per finanziare la produzione di uno Sport Utility Vehicle e un Pick-up, più un nuovo motore diesel 2.5 litri common rail. La produzione comincerà nel 2005. Tutte le attività di ricerca e di sviluppo di Nissan in Spagna inoltre saranno unificate in una sola sede a Barcellona.

- Nissan ha in progetto di chiudere la produzione dei motori nella fabbrica di Cuatro Vientos (Madrid). La chiusura sarà realizzata in un periodo triennale.
- Collins & Aikman ha introdotto la fibra fusa, che l'azienda descrive come l'ultima generazione in termini di materiali per l'isolamento acustico dei veicoli. La fibra fusa offre una riduzione di peso fino al 70% confrontato ai prodotti tradizionali e fino al 30% confrontato ai prodotti leggeri competitivi.
- DENSO Corporation ha annunciato un nuovo stabilimento in Arkansas per produrre i condizionatori d'aria e radiatori per auto. L'investimento è stato di 35 milioni di dollari. A pieno regime, nel 2008, impiegherà 500 addetti. L'avvio della produzione dei radiatori è prevista per il mese di ottobre del 2004 e quella dei condizionatori d'aria per il mese di gennaio del 2005.
- Visteon investirà 49 milioni di euro per aggiornare ed espandere lo stabilimento di Palmela in Portogallo. Lo stabilimento di Palmela produce i prodotti audio e le unità di controllo della climatizzazione.

Agosto 2003

- Mitsubishi ha annunciato un investimento di 150 milioni di dollari in un nuovo centro di R&S, l'ammodernamento del circuito di prova di Adelaide e la costruzione di una nuova pista per l'alta velocità.
- Toyota ha annunciato l'espansione dello stabilimento in Messico. Toshiaki Taguchi, presidente & CEO¹⁷ di Toyota Motor North.America ha affermato: "il Messico sta diventando sempre più vitale sia per le economie nordamericane sia per il mercato mondiale.
- Valeo ha annunciato un nuovo contratto di fornitura a Dacia per una vasta gamma dei sistemi e dei componenti. L'obiettivo di Valeo è di offrire un supporto completo all'espansione di Renault-Dacia in Romania. I sistemi saranno prodotti nello stabilimento Valeo di Mioveni (Romania) aperto nel 2002.

- Johnson Controls and Philips Sound Solutions hanno annunciato i particolari di nuova tecnologia che permetterà di non integrare più gli altoparlanti nei pannelli delle portiere. I nuovi altoparlanti possono essere disposti virtualmente ovunque all'interno dei veicoli e sono invisibili. Non è soltanto una nuova tecnologia molto flessibile, ma comporta anche una notevole riduzione di peso.

Settembre 2003

- Pininfarina e Volvo hanno creato uno nuovo impianto in JV (60%/40%) a Uddevalla (Svezia). Nel nuovo stabilimento verrà sviluppata e prodotta la nuova Volvo C70 cabriolet.
- La francese Faurecia apre un nuovo centro di R&S in Germania, per il disegno e lo sviluppo di cruscotti e pannelli della strumentazione. Il nuovo centro, situato a Hagenbach, occupa 550 addetti e ha richiesto un investimento di 20 milioni di euro.
- Dana Corporation costruirà un nuovo impianto produttivo a Kadan, in Repubblica ceca. La costruzione comincerà nel 2004. Su una superficie di 4.800 metri quadrati, produrrà gli scambiatori di calore ed impiegherà circa 200 addetti.
- Suzuki e Changhe Aircraft Industry Corporation hanno annunciato di voler produrre 300.000 motori in Cina dal 2005. Le due aziende producono già insieme il Suzuki Wagon R e si stanno accordando per investire 200 milioni di dollari per la costruzione di motori da 1 litro in un nuovo stabilimento.
- L'inglese GKN e la giapponese Toyoda Machine Works Limited (TMW) hanno completato due nuove imprese in JV in Thailandia. Le imprese produrranno e forniranno gli alberi motore per un nuovo veicolo di Toyota in Thailandia, la cui produzione è cominciata nel mese di agosto del 2004. GKN ha detto che la formazione di queste imprese fa parte della strategia di

¹⁷ C.E.O.(Chief Executive Officer): Amministratore delegato

sviluppare attività produttive nei paesi con mano d'opera a basso costo e di consolidare il rapporto con Toyota e TMW.

Ottobre 2003

- Valeo ha aperto a Wuhan, Cina, un centro tecnico che a regime occuperà 120 ingegneri.
- Behr annuncia una joint-venture a Shanghai con Shanghai Automotive per la produzione di componenti per il condizionamento e il raffreddamento del motore. L'investimento ammonterà a 40 milioni di euro..
- Thyssen Krupp annuncia la sua seconda joint venture in Cina, a Changchun, per la produzione annuale di 350.000 colonne sterzo.

Novembre 2003

- La nuova Fiat Panda è l'auto europea dell'anno 2004. Il riconoscimento è stato assegnato da una giuria di 58 membri in 22 paesi.
- ZF ha annunciato la costituzione di un joint venture strategica con FAWER, componentista affiliato a FAW, uno dei principali assemblatori cinesi. La società - ZF FAWER Chassis Technology Co. Ltd. - sarà localizzata in Changchu e produrrà componenti delle divisioni, Chassis, Off-Road Driveline Technology e Axle Systems di ZF.
- Progetto From Concept to Car – 1° Lear supplier's day.

Dicembre 2003

- Faurecia annuncia un investimento da 25 milioni di euro a Wuxi (Jangsu, Cina) per la produzione di meccanismi e componenti per la seduta.
- Delphi investe 40 milioni di US\$ nella costruzione di due centri tecnici in Cina e Corea. Rispettivamente da 500 e 240 addetti.

- Bosch trasferisce la produzione di strumenti di controllo elettronico nello stabilimento di Hatvan in Ungheria, da Germania, Francia, Spagna. L'investimento ammonta a 150 milioni di euro entro il 2006. L'occupazione passerà da 750 a 1.900.
- CF Gomma annuncia l'ammodernamento e l'aumento della capacità produttiva nel suo stabilimento in Polonia con un investimento di 3 milioni di euro.
- Valeo apre un nuovo stabilimento a Bouznicka, Marocco, che impiegherà 1.150 persone.
- Progetto From Concept to Car – Connetting excellence – Porsche incontra le aziende.

Gennaio 2004

- Il componentista giapponese Sanden investe 60 milioni di euro per un nuovo stabilimento che produrrà sino a 1 milione di compressori per condizionatori automobilistici all'anno a Polkowice in Polonia.
- Il componentista giapponese Kayaba investe 10,7 milioni di euro in un nuovo impianto per ammortizzatori in Slovacchia, per fornire OEM giapponesi nell'Europa centrale.

Febbraio 2004

- Behr, azienda specializzata nella produzione di sistemi di condizionamento e di raffreddamento del motore, ha costituito una JV con la cinese Shanghai Automotive Co., Ltd. e la giapponese Sanden Corporation per sviluppare, produrre e commercializzare compressori per auto e camion. Nel 2004 produrrà 1,4 milioni di compressori, per un valore di 155 milioni di dollari.
- La torinese Bitron costruisce un nuovo impianto a Katowice (Polonia). L'investimento ammonta a 6,3 milioni di euro, l'occupazione a 300 unità. Avvio nel IV trimestre 2004.

Marzo 2004

- Delphi ha annunciato un investimento da 40,5 milioni di dollari per ampliare lo stabilimento di Suzhou, vicino a Shanghai.
- Hyundai investirà 1,4 miliardi di US\$ insieme a 7 fornitori in un nuovo sito produttivo a Zilina in Slovacchia, con una capacità di 300.000 autoveicoli / anno.
- Toshiba entra nel mercato dell'elettronica automotive. Produrrà fino a 2.000 motori/mese per auto ibride attraverso la controllata Toshiba Industrial Products. Primo cliente Aisin AW, che monterà i motori sulla Ford Escape.
- Continental lancia un offerta pubblica di acquisto su Phoenix AG, produttore tedesco di gomma e plastica per un valore di 227 milioni di euro. La produzione combinata di ContiTech e Phoenix ammonta a quasi 3 miliardi di euro.
- Progetto From Concept to Car – 2° Lear supplier's day.

Aprile 2004

- Siemens VDO investe 50 milioni di euro in Toscana in un centro di R&S per componenti elettronici e meccanici per l'industria automobilistica. Previsti 100 addetti.
- Benteler costruisce un nuovo stabilimento da 37.000 mq a Vigo (Spagna) per la fornitura di componenti strutturali. L'investimento ammonta a 50 milioni di euro.
- Dopo 4 anni di pausa Lear Corporation riprende ad acquisire. Obiettivo la Grote & Hartmann, produttore di componenti elettrici a Wuppertal, Germania
- Motorola annuncia l'avvio di uno stabilimento per la produzione di elettronica autoveicolistica a Tianjin, Cina.

- Bosch diesel investe 92,5 milioni di euro nella Repubblica ceca per la produzione di motori diesel per auto. Avvio della produzione previsto a metà 2005.
- Leoni annuncia l'investimento in un nuovo stabilimento in Slovacchia, che occuperà 1.500 persone a regime. Investimento 26,6 milioni di euro.
- Apre il nuovo centro di R&S di Robert Bosch a Abstatt in Germania. Ospiterà 2.000 addetti, che svilupperanno un sistema di stabilità della guida e di frenata. A questi si aggiungeranno 600 addetti di Bosch engineering nel 2005.

NOTA METODOLOGICA SULLA COSTRUZIONE DEL DATASET

L'indagine è stata condotta nei mesi aprile-luglio 2004, sulla base di un questionario preparato da STEP (riportato in Appendice). Nei mesi di gennaio-aprile 2004 è stato predisposto un dataset di 3.412 imprese (escluse le unità locali), selezionate attraverso un lungo e faticoso processo di integrazione e pulizia delle principali fonti dati disponibili sulla filiera veicolare.

Queste fonti sono:

- Le imprese piemontesi del progetto “Dall’Idea all’Auto” selezionate da STEP, “filtrate” in quanto appartenenti prevalentemente alla filiera autoveicolare (sono state escluse quelle che dichiaravano meno del 30% di fatturato dedicato al settore autoveicolare).
- Tutte le imprese italiane iscritte al settore componenti dell’ANFIA. (Associazione Nazionale Fabbricanti Italiani di Automobili)
- Le imprese piemontesi selezionate dal CERIS-CNR da fonti varie (AMMA, Unione Industriali, AIDA, API Torino).
- Le principali società di capitali italiane elencate sotto i codici ISTAT secondo la classificazione ATECO: 28.63.00, 29.14.01, 29.14.02, 31.10.01, 31.40.00, 31.61.00, 34.10.00, 34.30.00, 36.11.01 nella base dati del Registro Imprese.
- Le imprese individuate da ulteriori nostre ricerche attraverso fonti varie.

Nel dataset sono incluse le imprese dell’intera filiera auto, ma sono state contattate le sole imprese produttrici di componenti automotive.

La composizione del dataset per natura giuridica è la seguente:

Natura giuridica	n°
Società di capitale	2362
Società di persone	517
Impresa individuale	492
Cooperativa	24
Ditta attiva (non class.)	17
Totale	3412

Sono state selezionate e contattate:

- solo le imprese appartenenti alla componentistica autoveicolare.
- solo le società di capitali riorganizzate per importanza in 4 fasce, secondo lo schema sottostante:

INVIO	n°
ANFIA	99
MAIL	720
POSTA	954
totale	1.773

L'indagine prevedeva la possibilità di compilare il questionario su file con invio tramite posta elettronica, su carta con invio tramite fax, su pagina web appositamente realizzata su una sezione dedicata del sito internet www.zoomerang.com, oppure direttamente via telefono per le imprese contattate con questo mezzo. Le risposte giunte entro il 31 luglio 2004 – data ultima per l'inclusione nel presente studio – sono state complessivamente 115, con un tasso di risposta del 6,4%.

Il campione di riferimento è stato ulteriormente depurato delle 11 imprese risultate non appartenenti al settore autoveicolare. Si ottiene così il numero di 104 risposte considerate utili.

APPENDICE STATISTICA

Tav. 1 - Produzione mondiale di Auto e VIC (anni 1990-2003, in milioni di unità)

anno	auto	V.I.C.	Totale
1990	37,0	12,0	49,0
1991	35,0	12,0	47,0
1992	36,0	13,0	49,0
1993	35,0	12,0	47,0
1994	36,0	14,0	50,0
1995	36,5	13,5	50,0
1996	36,5	14,5	51,0
1997	38,0	15,0	53,0
1998	36,5	15,5	52,0
1999	39,0	17,0	56,0
2000	40,5	18,5	59,0
2001	40,1	16,3	56,3
2002	41,3	17,6	59,0
2003	41,9	18,6	60,6

Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

Tav.2 - Produzione mondiale di Auto e VIC per Paese (anno 2003, unità)

PAESE	AUTO	V.I.C.	TOTALE
BELGIO	791.703	112.681	904.384
FRANCIA	3.220.329	399.727	3.620.056
GERMANIA	5.145.403	361.226	5.506.629
ITALIA	1.026.454	295.177	1.321.631
PAESI BASSI	163.080	52.201	215.281
REGNO UNITO	1.657.558	188.871	1.846.429
SPAGNA	2.399.374	630.452	3.029.826
SVEZIA	280.394	42.638	323.032
UNIONE EUROPEA	14.602.409	2.175.834	16.778.243
REP. CECA	436.297	5.422	441.719
POLONIA	285.372	14.546	299.918
RUSSIA	1.010.436	269.227	1.279.663
EUROPA CENTR. E OR.	2.326.199	333.293	2.659.492
TURCHIA	294.116	239.556	533.672
EUROPA	17.222.724	2.748.683	19.971.407
CANADA	1.339.607	1.210.663	2.550.270
MESSICO	913.309	672.844	1.586.153
USA	4.509.565	7.568.301	12.077.866
NAFTA	6.762.481	9.451.808	16.214.289
ARGENTINA	109.784	59.838	169.622
BRASILE	1.504.998	322.040	1.827.038
SUD AMERICA	1.642.627	394.098	2.036.725
AMERICA	8.405.108	9.845.906	18.251.014
CINA	2.018.875	2.424.811	4.443.686
GIAPPONE	8.478.328	1.807.990	10.286.318
INDIA	907.079	253.665	1.160.744
IRAN	549.899	17.120	567.019
MALESIA	325.000	20.000	345.000
SUD COREA	2.767.716	410.154	3.177.870
ASIA-OCEANIA	16.045.855	5.925.796	21.971.651
AFRICA	267.344	127.178	394.522
T O T A L E	41.941.031	18.647.563	60.588.594

Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ANFIA

Tav.3 - Principali paesi europei, produzione di componenti (milioni di euro)

PAESE	1999	2000	2001	2002	2003
Germania	32.145	36.244	38.911	54.378	56.828
Francia	15.632	15.353	17.406	20.169	n.d.
Italia	16.446	15.632	16.036	17.304	n.d.
Regno					
Unito	13.264	13.792	13.621	14.282	n.d.
Spagna	9.355	11.137	11.470	11.570	12.467
Svezia	5.512	6.572	6.677	5.611	n.d.
Belgio	1.295	1.413	1.483	1.678	n.d.
Portogallo	923	764	1.322	1.536	n.d.
Austria	1.094	1.173	1.231	974	n.d.
Paesi					
Bassi	758	741	792	767	n.d.

Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati EUROSTAT

Tav 4 – Italia, produzione di componenti (milioni di euro)

PRODUZIONE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
1° Equipaggiamento									
(OEM) Italia	7.557	7.641	8.792	9.351	9.994	10.864	10.415	9.014	8.617
1° Equipaggiamento									
(OEM) export	2.776	2.950	3.318	3.805	4.223	5.015	5.451	5.348	5.899
Tot 1°									
Equipaggiamento									
(OEM)	10.333	10.591	12.110	13.156	14.217	15.879	15.866	14.362	14.517
Ricambio (AM) Italia	2.148	2.189	2.281	2.159	2.228	2.336	2.389	2.449	2.506
Ricambio (AM))									
export	4.459	4.698	5.209	5.763	4.958	5.753	5.153	5.353	5.252
TOTALE Ricambio									
(AM)	6.607	6.887	7.490	7.922	7.186	8.089	7.542	7.801	7.758
TOTALE	16.940	17.478	19.600	21.078	21.403	23.968	23.408	22.164	22.275

Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ISTAT e Costruttori

Tav 5 – Italia, esportazione di componenti (milioni di euro)

ESPORTAZIONI	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Germania	1.431	1.575	1.940	2.078	2.302	2.350	2.373	2.393
Francia	1.040	1.135	1.390	1.533	1.656	1.668	1.662	1.728
Regno Unito	784	824	791	814	864	877	974	962
Spagna	486	551	700	773	820	856	901	939
Stati Uniti	590	625	679	615	758	709	769	772
Turchia	226	267	248	184	385	448	430	523
Brasile	382	598	563	440	383	435	335	231
Polonia	398	597	540	584	489	384	350	578
Austria	234	246	270	294	310	319	300	324
Belgio e Luss.	-	-	-	216	230	296	316	338
Paesi Bassi	149	170	206	224	224	218	216	139
Svezia	68	68	91	103	109	117	110	110
Giappone	96	101	86	86	100	102	102	132
Cina	58	70	50	34	69	71	58	89
Argentina	94	192	123	78	68	66	28	44
India	22	22	43	53	44	43	40	31
TOT MONDO	7.509	8.543	9.261	9.397	10.297	10.605	10.701	11.151

Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ISTAT

Tav 6 – Italia, importazione di componenti (milioni di euro)

IMPORTAZIONI	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Germania	1.170	1.273	1.499	1.665	1.899	2.028	2.123	2.127
Francia	780	921	1.169	1.177	1.279	1.293	1.248	1.246
Regno Unito	263	315	365	366	406	391	392	364
Spagna	158	181	246	283	308	361	389	415
Stati Uniti	109	109	125	130	187	192	183	155
Turchia	32	52	84	98	111	197	227	220
Brasile	23	30	54	61	110	115	91	108
Polonia	68	123	145	171	221	250	322	471
Austria	88	105	115	150	184	167	160	132
Belgio								
Lussemburgo	-	-	-	171	192	196	223	217
Paesi Bassi	83	76	82	96	113	135	163	153
Svezia	48	50	62	60	58	56	61	61
Giappone	159	163	182	285	505	340	318	315
Cina	5	9	11	23	43	41	51	54
Argentina	3	3	4	6	5	9	8	7
India	5	5	8	11	23	25	28	32
TOT MONDO	3.259	3.722	4.525	5.023	6.005	6.185	6.410	6.552

Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ISTAT

Tav 7 – Piemonte, esportazione di componenti (milioni di euro)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Francia	480	510	594	614	720	658	717	723
Germania	519	518	605	627	712	650	650	651
Polonia	282	473	416	464	561	513	454	832
Brasile	325	501	458	362	441	403	309	237
Spagna	205	236	298	346	435	398	407	412
Turchia	133	147	155	121	310	283	226	251
Regno Unito	283	253	236	233	284	259	300	266
Argentina	70	162	93	59	82	74	27	51
Usa	83	101	103	84	70	64	68	80
Belgio e Luss.	43	46	44	45	56	51	57	62
Austria	39	50	61	53	47	43	43	49
India	13	14	33	41	35	32	27	16
Paesi Bassi	23	21	23	23	22	20	31	29
Cina	3	43	42	22	21	19	16	19
Svezia	13	12	13	19	21	19	24	22
Giappone	10	15	11	9	11	10	9	12
Totale mondo	2.850	3.451	3.631	3.507	4.273	3.905	3.951	4.175

Fonte: Elaborazione Osservatorio su dati ISTAT

NOTE

DEFINIZIONI

- Componenti: in questo rapporto s'intendono per componenti le parti di un autoveicolo che sono prodotte con specifiche particolari. Sono perciò esclusi i prodotti generici non progettati in funzione dell'impiego automobilistico, e materie prime, i servizi, i materiali di consumo e d'intrattenimento. Sono esclusi, per uniformità ad un'impostazione tradizionale diffusa, i pneumatici. Sono inclusi gli accessori generalmente installati dai costruttori, anche in opzione, sui veicoli.
- Costruttori: sono intesi per tali i fabbricanti d'autoveicoli.
- Autoveicoli: il termine comprende le autovetture (auto), i veicoli commerciali e industriali (VIC), gli autobus.
- Valori della produzione e della domanda: sono espressi a prezzi ex-fabbrica e, per l'interscambio, a valori Istat.

FONTI

- I dati di produzione e domanda relativi al settore auto sono di origine ANFIA.
- I dati relativi alla componentistica dei principali mercati europei sono di fonte Eurostat per l'analisi generale. Tali dati sono fortemente sottostimati ma garantiscono l'omogeneità analitica tra i paesi; per l'analisi dettagliata dei singoli paesi europei sono stati utilizzati i dati forniti dalle associazioni di categoria (Rapporto annuale 2003 FIEV per la Francia; Rapporto VDA 2004 per la Germania).
- I dati relativi al Primo Equipaggiamento sono stimati sulla base di indicazioni fornite dai Costruttori, i dati relativi al Ricambio sono stimati sulla base di dati storici e del parco circolante, con ampia raccolta d'informazioni provenienti

dalle imprese. I dati relativi all'interscambio sono un'elaborazione Osservatorio su dati Istat.

- Le informazioni sono attinte da un ampio ventaglio di giornali e periodici economici e settoriali, tra i quali i più utilizzati sono stati: “Il Sole 24 Ore”, “Vehicle News”, “Automotive News International”, “Europe Automotive Insight”, “Automotive Engineering”, “The Economist”, L’Argus”, “Notiziario Motoristico”, “Parts”, “Autopro”, i “Notiziari Anfia”, “La Repubblica”. Altre fonti sono citate nel testo. Ulteriori informazioni derivano da contatti personali, interviste, questionari e dai siti internet di Costruttori, Componentisti, Istituti e Associazioni nazionali ed internazionali.
- I principali siti internet utilizzati sono:

www.acea.be;
www.aci.it;
www.anfavea.com.br;
www.autoactu.com;
www.autoindustry.co.uk;
www.awknowledge.com;
www.clepa.com;
www.fiev.fr;
www.gei.it;
www.ice.it;
www.just-auto.com;
www.minefi.gouv.fr;
www.netcollins.com;
www.oica.net;
www.sernauto.es;
www.unrae.it;
www.vda.de

RINGRAZIAMENTI

Si ringraziano per la disponibilità e la collaborazione tutti coloro che, fornendo dati, informazioni e valutazioni, hanno contribuito alla redazione del rapporto. La responsabilità di quanto pubblicato e di eventuali omissioni e inesattezze resta comunque interamente degli autori.

Un ringraziamento particolare va a Giuseppe Calabrese (CERIS-CNR), per la collaborazione nella definizione del dataset di imprese della componentistica italiana

e a Carlo Dellacasa, Nicola Ranieri e Andrea Debernardis (ANFIA), per il contributo nel reperimento delle fonti e nella veicolazione della survey agli associati.

Per le interviste, si ringraziano:

Alessandro Andò (Fiamm, Montecchio Maggiore (VI))

Giorgio Bassano (Baico Italiana, Torino)

Marzio Bianchi (From Concept to Car, Torino)

Ferruccio Blanc(From Concept to Car, Torino)

Gianfranco Bocchi (Bulloneria Barge, Borgaro Torinese(TO))

Riccardo Buttafarro (C.S.R. Consulenze Studi e Ricerche, Torino)

Riccardo Calvini (Graziano Trasmissioni, Rivoli Cascine Vica)

Akessandro Casali(Meccanotecnica Umbra, Campello sul Clitunno (PG))

Andrea Catania (Politecnico di Torino)

Lorenzo Cresto (Officine Cresto, Pertusio (TO))

Eraldo Della Rovere (Real, Collegno (TO))

Aldo Enrietti (Università degli Studi Torino)

Giorgio Graglia (CF Gomma, Settimo Torinese (TO))

Josef Grammer (Bmw Italia, San Donato Milanese (MI))

Claudio Guasco (OMG Officine Meccaniche, Lusigliè (TO))

Enrico Maragliano (Ngk Spark Plugs Italy, Lacchiarella (MI))

Franco Massucco (Allevard Rejna, Settimo Torinese (TO))

Peter Miroglio (Itca, Torino)

Armando Oficio (Officio Armando, Brugherio (MI))

Alberto Peyrani (Olsa, Rivoli (TO))

Alberto Rossotto (Getrag, Torino)

Sergio Sacco (T.D.S., Nichelino (TO))

ClaudiaTesini (Autogerma, Verona)

Roberto Vavassori (Brembo, Curno (BG))

Rinaldo Vola (So.me.l., Levone C.se (TO))

Giuseppe Volpato (Università degli Studi di Venezia)

QUESTIONARIO

OSSERVATORIO SULLA COMPONENTISTICA AUTOVEICOLISTICA - 2004

ORGANIZZAZIONE E PRODUZIONE

1) Descriva BREVEMENTE l'attività della sua impresa

2) Relativamente al controllo, la sua azienda è:

Indipendente a controllo individuale

Indipendente ad azionariato diffuso

Fa parte di un gruppo

Capogruppo

Altro (specificare) _____

Se fa parte di un gruppo, indichi:

La nazionalità del gruppo _____

Il nome del gruppo _____

3) Indichi il numero di stabilimenti produttivi della sua azienda

4) Se ha più stabilimenti operativi oltre alla sede principale, dove sono localizzati?
(può fornire più di una risposta)

nella stessa regione

in altre regioni italiane

in paesi dell'Unione Europea

in altri paesi vicino a stabilimenti Fiat

in altri paesi avanzati

in altri paesi emergenti/in via di sviluppo

5) Indichi il numero degli addetti e il valore della produzione (in migliaia di euro) della sua impresa in Italia e all'estero

	2003 - Italia	2003 - Estero	2002 - Italia	2002 - Estero
Addetti	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Produzione	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6) Indichi il peso percentuale del settore autoveicolistico, sul valore totale della produzione della sua azienda nel 2003

%

7) Indichi l'andamento della sua produzione autoveicolistica rispetto all'anno precedente

In calo

Stabile

In crescita

8) Fatto uguale a 100 il valore della produzione autoveicolistica della sua azienda, ne indichi, se possibile la ripartizione per destinazione finale negli autoveicoli (il totale deve sommare 100, arrotondare all'unità)

Telaio /scocca

Trasmissione

Alimentazione /scarico

Climatizzazione

Sedili e altri interni

Non sa /non ripartibile

Motore

Sterzo/sospensioni /freni

Elettricità /elettronica

Plancia /cruscotto

Esterni

9) Indichi la composizione percentuale della produzione autoveicolistica per segmento, destinazione nella filiera, mercato, trend nel 2003

(Es. Se, fatto pari a 100 il valore della produzione automotiva, 60 è destinata ad auto e 40 a veicoli industriali, indicare rispettivamente 60 e 40 nella prima e seconda casella della prima colonna; se poi la parte auto è venduta per il 70% a assemblatori e per il 30% al ricambio, indicare rispettivamente 70 e 30 nella prima e nella terza cella della seconda colonna; se il 70% destinato agli assemblatori è interamente venduto in Italia indicare 100 nella prima cella della terza colonna; nell'ultima colonna indicare, infine, -1=calo; 0=stabile; 1=crescita per descrivere l'andamento rispetto all'anno precedente)

SEGMENTO	DESTINAZIONE NELLA FILIERA			MERCATO		TREND
Auto e Veicoli Commerciali Leggeri (V.C.L.) <input type="text"/> %	Produttori auto e/o Sistemisti - Modulisti	<input type="text"/> %	100%	Italia	<input type="text"/> %	
	Altri fornitori di primo livello o successivo	<input type="text"/> %		Export	<input type="text"/> %	
	Mercato del ricambio (originale e non)	<input type="text"/> %		Italia	<input type="text"/> %	
Veicoli Industriali e commerciali (V.I.C.) <input type="text"/> %	Produttori auto e/o Sistemisti - Modulisti	<input type="text"/> %	100%	Export	<input type="text"/> %	
	Altri fornitori di primo livello o successivo	<input type="text"/> %		Italia	<input type="text"/> %	
	Mercato del ricambio (originale e non)	<input type="text"/> %		Export	<input type="text"/> %	
Bus e pullman <input type="text"/> %	Produttori auto e/o Sistemisti - Modulisti	<input type="text"/> %	100%	Italia	<input type="text"/> %	
	Altri fornitori di primo livello o successivo	<input type="text"/> %		Export	<input type="text"/> %	
	Mercato del ricambio (originale e non)	<input type="text"/> %		Italia	<input type="text"/> %	

ATTIVITÀ INTERNAZIONALE

10) Indichi i primi 3 mercati di destinazione delle esportazioni e il peso % sul totale delle esportazioni autoveicolistiche

	Paese	Peso
Primo	_____	<input type="text"/> %
Secondo	_____	<input type="text"/> %
Terzo	_____	<input type="text"/> %

11) Indichi i 3 mercati esteri in maggiore crescita nel biennio 2002-2003 per l'attività autoveicolistica della sua azienda

Primo	_____
Secondo	_____
Terzo	_____

12) Indichi i principali paesi esteri in cui è direttamente presente la sua azienda con attività autoveicolistiche

Paese 1	_____
Paese 2	_____
Paese 3	_____

13) Indichi i principali tipi di attività svolte all'estero nell'ambito dell'attività autoveicolistica

Produzione parti complete	<input type="checkbox"/>
Lavorazioni	<input type="checkbox"/>
Assemblaggio	<input type="checkbox"/>
Ricerca e sviluppo	<input type="checkbox"/>
Altro, specificare	_____

ACQUISTI

14) Indichi il numero dei suoi fornitori e il peso % degli acquisti di beni e servizi sul totale dei costi di produzione nell'ultimo biennio (possibilmente con riferimento al settore autoveicolistico)

	2003	2002
N° fornitori	<input type="text"/>	
Peso % degli acquisti	<input type="text"/> %	<input type="text"/> %

15) Fatto uguale a 100 il totale degli acquisti di beni e servizi, ne indichi la ripartizione per regione di provenienza:

Stessa regione dello stabilimento fornito	<input type="text"/> %
Altra regione italiana	<input type="text"/> %
Altri mercati avanzati	<input type="text"/> %
Mercati emergenti	<input type="text"/> %
	100 %

INVESTIMENTI

16) Indichi il valore degli investimenti in percentuale del valore della produzione:

anno 2003 %
anno 2002 %

17) Fatto uguale a 100 il valore degli investimenti caratteristici nel biennio 2002-2003, ne indichi la ripartizione nelle aree seguenti:

Produzione	<input type="text"/> %
Ricerca & Sviluppo	<input type="text"/> %
Acquisizione partecipazioni	<input type="text"/> %
Totale investimenti	100 %

Il questionario è terminato; la ringraziamo per la collaborazione e la preghiamo di fornirci alcuni dati anagrafici sulla sua azienda

DENOMINAZIONE _____
INDIRIZZO _____
CAP _____
COMUNE _____
PROVINCIA _____
TEL. _____
FAX _____
INTERNET _____
REFERENTE _____
E-MAIL _____

*Ai sensi dell'articolo 11 della legge 675/96, visto l'articolo 13 della legge 675/96

PRESTA IL PROPRIO CONSENSO

All'intero trattamento dei dati in precedenza comunicati, al fine esclusivo di redigere un rapporto sulla componentistica autoveicolistica. I dati verranno diffusi solo in forma aggregata ed anonima.

Firma leggibile o indicazione del nome e cognome e selezione casella per invio telematico