

Ricerche per l'innovazione
nell'industria automotive 1

Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

realizzato da



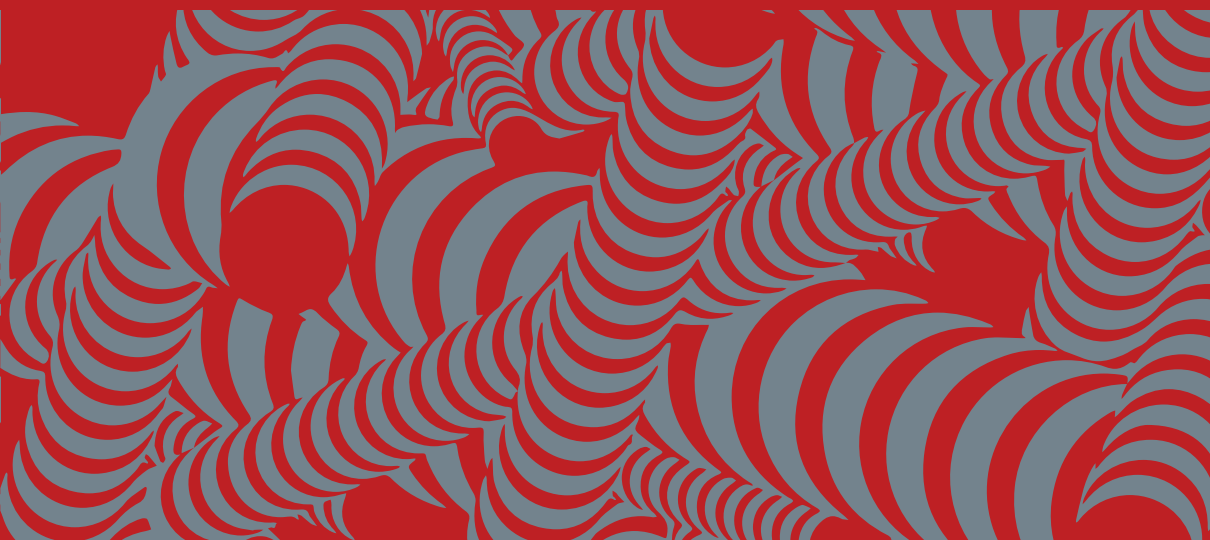
CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Camera di Commercio
Modena



Edizioni
Ca' Foscari



Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Ricerche per l'innovazione nell'industria automotive

Collana coordinata da
Anna Moretti
Francesco Zirpoli

1



Edizioni
Ca' Foscari

Ricerche per l'innovazione nell'industria automotive

Coordinamento scientifico

Francesco Zirpoli (CAMI, Center for Automotive and Mobility Innovation, Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Anna Moretti (CAMI, Center for Automotive and Mobility Innovation, Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Comitato scientifico

Giuseppe Giulio Calabrese (CNR, Consiglio Nazionale delle Ricerche, Italia)

Marco Pierini (Università degli Studi di Firenze, Italia)

Francesco Pirone (Università degli Studi di Napoli «Federico II», Italia)

Margherita Russo (Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Italia)

Direzione e redazione

Università Ca' Foscari Venezia

Dipartimento di Management

Cannaregio 873

30121 Venezia

osservatorio.cami@unive.it

Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

a cura di

Anna Moretti, Francesco Zirpoli

Venezia

Edizioni Ca' Foscari - Digital Publishing

2016

Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016
Anna Moretti, Francesco Zirpoli (a cura di)

© 2016 Marco Ardoino, Barbara Barazza, Alberta Coccimiglio, Silvia Depaoli,
Pierfrancesca Giardina, Anna Moretti, Giulia Pignedoli, Marisa Saglietto, Francesco Zirpoli
© 2016 Edizioni Ca' Foscari - Digital Publishing per la presente edizione

Coordinamento progetto di ricerca:

Barbara Barazza (Responsabile settore Studi, statistica e prezzi Camera di commercio di Torino)
Andrea Debernardis (Responsabile Gruppi Componenti e Carrozzeri Progettisti ANFIA)

Elaborazioni statistiche e normalizzazione database:

Pierfrancesca Giardina (Studi, statistica e prezzi Camera di commercio di Torino)
Marisa Saglietto (Responsabile Ufficio Studi e Statistiche ANFIA)

Qualunque parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, memorizzata in un sistema di recupero dati o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo, elettronico o meccanico, senza autorizzazione, a condizione che se ne citi la fonte.

Any part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means without permission provided that the source is fully credited.

Edizioni Ca' Foscari - Digital Publishing
Università Ca' Foscari Venezia - Dorsoduro 3859/A - 30123 Venezia
<http://edizionicafoscari.unive.it/> | ecf@unive.it

1a edizione dicembre 2016
ISBN 978-88-6969-119-5 [ebook]
ISBN 978-88-6969-118-8 [print]

Il presente volume è stato pubblicato grazie al contributo di



Realizzato da



<http://edizionicafoscari.unive.it/it/edizioni/libri/978-88-6969-018-8/>
DOI 10.14277/978-88-6969-119-5

Ringraziamenti

Innanzitutto, si vogliono ringraziare tutte le imprese della componentistica Italiana che hanno partecipato all'indagine, senza l'impegno delle quali non sarebbe stato possibile il presente lavoro. Inoltre, il gruppo di lavoro composto da ANFIA, le Camere di commercio di Torino e Modena, il CAMI dell'Università Ca' Foscari Venezia, vuole ringraziare le imprese associate ANFIA che hanno gentilmente offerto la propria disponibilità per la partecipazione ad un focus group preliminare, che ha permesso di testare e affinare il questionario per la rilevazione. Un ringraziamento è dovuto anche a tutti i membri del CAMI che con la partecipazione agli incontri del centro hanno contribuito a realizzare il progetto, e al comitato scientifico della Collana che contribuisce al rigore e all'approfondimento nella stesura dell'edizione annuale del rapporto. Si ringrazia anche la dott.ssa Michela Pacella e il personale del Settore Studi, Statistica e Prezzi della Camera di commercio di Torino per l'aiuto e l'assistenza nella raccolta dati. Infine, un ringraziamento ad ANFIA, che attraverso il suo contributo ha permesso la pubblicazione di questo volume.

Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Sommario

Ringraziamenti	5
Premessa	15
1 Capire l'industria automotive per informare le strategie competitive e le politiche industriali Anna Moretti e Francesco Zirpoli	17
SCENARI GLOBALI DELL'INDUSTRIA AUTOMOTIVE Marisa Saglietto	
2 L'economia mondiale	25
3 L'industria automotive mondiale	31
4 Parco mondiale autovetture	49
5 Focus Europa	55
6 Focus NAFTA	65
7 Focus Sud America	75
8 Focus Asia/Oceania	81
9 Focus Italia	91
L'EDIZIONE 2016 DELL'OSSERVATORIO	
10 La componentistica automotive italiana I risultati dell'indagine sul campo Barbara Barazza e Alberta Coccimiglio	121
11 Il Piemonte: una filiera in continua crescita ed evoluzione, anche nel 2015 Silvia Depaoli e Pierfrancesca Giardina	171
12 L'Emilia Romagna Marco Ardoino e Giulia Pignedoli	193
13 Gli sviluppi dell'industria e i fattori di competitività rilevanti Anna Moretti e Francesco Zirpoli	205

Elenco delle figure

Figura 1	Domanda mondiale di autoveicoli per macro area economica (2007-2015, valori %)	32
Figura 2	Domanda mondiale di autoveicoli per macro area economica (2007-2015, milioni di unità)	33
Figura 3	Domanda mondiale di autoveicoli (variazione % 2015/2014 e quota % sul totale del mondo)	35
Figura 4	Produzione mondiale di <i>light vehicle</i> , distribuzione per area (valori %)	37
Figura 5	Produzione mondiale di autoveicoli (2001-2020)	39
Figura 6	Domanda mondiale di autoveicoli (gennaio/giugno 2016, variazioni %)	40
Figura 7	Domanda mondiale di autoveicoli per area (gennaio/giugno 2016)	40
Figura 8	Indagine OICA sull'immagine e reputazione dell'industria mondiale dell'auto	45
Figura 9	Parco mondiale autovetture (trend 2015-2023, milioni di unità)	50
Figura 10	Evoluzione della popolazione urbana e rurale mondiale (1950-2050)	51
Figura 11	Crescita dimensionale delle città (1990-2030)	51
Figura 12	Italia/Unione Europea, mercato auto ad alimentazione alternativa (2015, valori %)	58
Figura 13	Unione Europea, emissioni medie CO ₂ delle vetture nuove immatricolate (g/km)	59
Figura 14	Europa, produzione autovetture (2004-2015, milioni di unità)	62
Figura 15	Stati Uniti, vendite di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)	66
Figura 16	Stati Uniti, vendite di <i>light vehicle</i> (2015, valori %)	66
Figura 17	Stati Uniti, vendite di <i>light vehicle</i> ad alimentazione alternativa (2008-2015)	67
Figura 18	Canada, vendite di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)	68
Figura 19	Messico, vendite di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)	69
Figura 20	Messico, confronto vendite di <i>light vehicle</i> usati importati / vendite nuovi (2006-2015)	70
Figura 21	NAFTA, produzione autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)	71
Figura 22	Brasile, produzione di <i>light vehicle</i> (2000-2020, milioni di unità)	77
Figura 23	Mercato mondiale di <i>light vehicle</i> in Asia e nel resto del Mondo (milioni di unità)	82
Figura 24	Cina, vendite domestiche di autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)	83
Figura 25	Sud Corea, trend importazioni di autovetture (2005-2015)	84
Figura 26	ASEAN, vendite per tipologia di veicolo (2015, valori %)	85
Figura 27	Asia, produzione di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)	86
Figura 28	Cina, produzione nazionale di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)	87
Figura 29	Italia, clima di fiducia dei consumatori e delle imprese (indici destagionalizzati base 2010=100)	92

Figura 30 Italia, produzione industriale (2015 e gennaio-settembre 2016, variazioni %)	93
Figura 31 Italia, produzione di autoveicoli e autovetture (1925-2015)	96
Figura 32 Italia, produzione di autobus (1996-2015)	97
Figura 33 Italia, trade parti e accessori per autoveicoli (2007-2015, valori in €)	98
Figura 34 Italia, export di componenti, Top 10 Paesi di destinazione (2015, valori %)	99
Figura 35 Italia, import di componenti, Top 10 Paesi d'origine (2015, valori %)	100
Figura 36 Italia, immatricolazioni di autovetture per tipo di carburante (2015, valori %)	102
Figura 37 <i>Major market</i> europei, immatricolazioni di autovetture per tipo di acquirente (2015, valori %)	104
Figura 38 Germania, immatricolazioni di autovetture nuove per tipo acquirente (2015, valori %)	105
Figura 39 Italia, immatricolazioni di autovetture per segmento (2010-2015, valori %)	106
Figura 40 Indagine sulle intenzioni di acquisto di un'autovettura nei successivi 12 mesi (2012-2016)	107
Figura 41 <i>Major market</i> europei, penetrazione e-commerce nel retail (2014)	109
Figura 42 Italia, parco circolante autovetture per alimentazione (2006 e 2015, valori %)	115
Figura 43 Italia, parco autovetture per età dell'intestatario (2015, valori %)	115
Figura 44 Imprese rispondenti per categoria (valori assoluti e %)	129
Figura 45 Imprese per classi dimensionali	130
Figura 46 Distribuzione imprese per classi di fatturato	131
Figura 47 Ripartizione delle imprese secondo l'andamento del fatturato (2015/2014)	133
Figura 48 Saldo tra dichiarazioni di aumento e riduzione del fatturato per categoria (2015 e 2014, valori %)	133
Figura 49 Andamento fatturato per dimensione impresa	134
Figura 50 Fatturato automotive per categoria	136
Figura 51 Quota degli addetti laureati per categoria	138
Figura 52 La domanda internazionale per fasi del processo produttivo (2013-2005, variazioni %)	140
Figura 53 Grado di intensità dell'export	142
Figura 54 Trend del fatturato estero per categoria (2015/2014)	143
Figura 55 Principali mercati esteri (valori % delle citazioni)	144
Figura 56 I principali freni all'export. Voti medi da 1 (min importanza) a 5 (max importanza)	146
Figura 57 Percentuale di fatturato da gruppo FCA	148
Figura 58 Ripartizione del fatturato per cliente finale (valori %)	148
Figura 59 Saturazione della capacità produttiva delle imprese	150
Figura 60 Imprese per destinazione finale della produzione (risposta multipla)	151
Figura 61 Area geografica di provenienza dei principali concorrenti (risposta multipla)	152
Figura 62 Fattori di distinzione rispetto ai concorrenti (risposta multipla)	153
Figura 63 Fattori di distinzione rispetto ai concorrenti per categoria (risposta multipla)	154
Figura 64 Incidenza della spesa in R&S della filiera automotive sulla spesa R&S totale (2013)	155

Figura 65	Percentuale di fatturato investito in R&S (2015)	156
Figura 66	Imprese che investono in innovazione: percentuale di addetti impiegati in R&S (2015)	157
Figura 67	Attività volte all'innovazione svolte dalle imprese (2013-2015, valori % di investimento sul fatturato complessivo)	159
Figura 68	Soggetti che hanno sviluppato le innovazioni introdotte dall'impresa (2013-2015, valori %)	160
Figura 69	Principali fattori di ostacolo all'innovazione (2013-2015, valori %)	161
Figura 70	Soggetto con il quale è stata instaurata la collaborazione più significativa (2013-2015)	163
Figura 71	Finalità e frequenza delle relazioni sviluppate dalle imprese (2013-2015)	164
Figura 72	Strategie di breve periodo delle imprese	165
Figura 73	Strategie di breve periodo delle imprese per categorie	166
Figura 74	Andamento della produzione industriale nell'area torinese (2007-2015, variazioni % medie triennali)	173
Figura 75	Imprese per destinazione finale della produzione. Dati Piemonte	174
Figura 76	Posizioni occupate nella piramide di fornitura. Dati Piemonte	176
Figura 77	Fatturato automotive per categoria. Dati Piemonte	177
Figura 78	Fatturato automotive per categoria. Dati Piemonte	178
Figura 79	Percentuale di fatturato da gruppo FCA (2015). Dati Piemonte	179
Figura 80	Esportazioni del Piemonte di manufatti codici ATECO 291-autoveicoli, 292-carrozzerie, e 293-componenti per auto (2008-2015, valori in milioni di €)	181
Figura 81	Trend del fatturato estero per categoria (2015/2014). Dati Piemonte	182
Figura 82	I principali freni all'export, dati Piemonte. Voti medi da 1 (min importanza) a 5 (max importanza)	184
Figura 83	Attività volte all'innovazione svolte dalle imprese (2013-2015, valori % su fatturato complessivo). Dati Piemonte	187
Figura 84	Soggetti che hanno prevalentemente sviluppato le innovazioni introdotte dall'impresa nel triennio 2013-2015 (valori %). Dati Piemonte	188
Figura 85	Collaborazioni instaurate per attività di innovazione (2013-2015, valori medi %). Dati Piemonte	189
Figura 86	Principali fattori di ostacolo all'innovazione (2013-2015, valori %). Dati Piemonte	190
Figura 87	Saldo fra dichiarazioni di aumento e riduzione del fatturato per categoria (2015/2014). Dati Piemonte	191
Figura 88	Strategie di breve periodo delle imprese (valori %). Dati Piemonte	192
Figura 89	Classe di fatturato destinato all'automotive Dati Emilia Romagna	196
Figura 90	Attività principale delle imprese rispondenti. Dati Emilia Romagna	197
Figura 91	Andamento fatturato (2014-2015). Dati Emilia Romagna	198
Figura 92	Addetti impiegati in R&S (2015, valori %). Dati Emilia Romagna	199
Figura 93	Fatturato investito in R&S (2015, valori %). Dati Emilia Romagna	200
Figura 94	Fattori di distinzione rispetto ai concorrenti. Dati Emilia Romagna	202
Figura 95	Previsioni per l'2016. Dati Emilia Romagna	204

Elenco delle tabelle

Tabella 1	PIL e commercio mondiali, prezzo petrolio	28
Tabella 2	Vendite mondiali di autoveicoli (2012-2015, migliaia di unità)	34
Tabella 3	Classifica dei Paesi produttori di autoveicoli	36
Tabella 4	Produzione mondiale di autoveicoli (2007-2015, migliaia di unità)	38
Tabella 5	Europa, vendite autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)	55
Tabella 6	UE/Efta, vendite autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)	56
Tabella 7	Mercato autovetture <i>major markets</i> (2007-2015, migliaia di unità)	56
Tabella 8	NAFTA, mercato autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)	65
Tabella 9	Sud e Centro America, variazione Pil su base anno precedente	75
Tabella 10	Asia e Oceania, domanda di autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)	81
Tabella 11	Italia, produzione di autoveicoli (2015-2014)	95
Tabella 12	Italia, immatricolazioni di autoveicoli e rimorchi (2015-2014)	101
Tabella 13	Italia, parco circolante (2015-2014)	114
Tabella 14	I mestieri della filiera	126
Tabella 15	Fatturato e addetti complessivi (2014-2015)	127
Tabella 16	Numero di imprese per classi dimensionali e di fatturato	131
Tabella 17	Appartenenza a gruppo industriale (valori %)	132
Tabella 18	Trend e incidenza del fatturato automotive sul fatturato totale	136
Tabella 19	Internazionalizzazione delle imprese della componentistica italiana	145
Tabella 20	Spesa e addetti in R&S nel comparto automotive	155
Tabella 21	Fatturato e addetti complessivi. Dati Piemonte	172
Tabella 22	Grado di intensità dell'export (valori %). Dati Piemonte	181
Tabella 23	Fatturato e addetti complessivi. Dati Emilia Romagna	194

Premessa

L'attività di ricerca sulla filiera automotive italiana, condotta come monitoraggio costante e ripetuto nel tempo di questo settore strategico dell'industria nazionale, iniziò nel 1997 su impulso della Camera di commercio di Torino; fu un'iniziativa avviata per colmare un'esigenza conoscitiva fortemente sentita dal mondo della ricerca, dal sistema imprenditoriale e da parte dei policy maker, in considerazione sia dell'importanza economica di tale comparto per lo sviluppo dell'economia nazionale e piemontese, sia dei cambiamenti intervenuti negli anni Novanta nei rapporti tra il costruttore di autoveicoli e i fornitori, in un processo di progressiva deverticalizzazione della filiera.

Sin dalle origini, nell'ambito della filiera automotive, la volontà fu quella di mettere sotto la lente di ingrandimento la componentistica, tenuto conto sia del ruolo sempre più cruciale da essa ricoperto nella creazione del prodotto finale, sia dell'ampia specializzazione dell'Italia nelle lavorazioni intermedie, dove si collocano la produzione di parti e componenti per autoveicoli.

Nel corso del tempo, questa attività di ricerca ha cercato di illustrare i cambiamenti intervenuti nella filiera, a fronte dei mutamenti che a livello generale hanno riguardato il mondo della produzione, le scelte dei consumatori e le sfide tecnologiche e della globalizzazione; tale monitoraggio, negli anni alterni delle crisi, ha mostrato poi come le imprese siano riuscite ad attrezzarsi o meno per fronteggiare le avversità dei mercati, in un contesto nel quale la fornitura ha riguardato in misura crescente prodotti sempre più complessi, modulari e sistemici, che incorporano crescente valore aggiunto e che potenziano la funzione coordinatrice del fornitore all'interno del settore auto.

L'Osservatorio, pur preservando il proprio impianto originario, si è arricchito nel tempo di preziose competenze e di contenuti. Ha visto aumentare negli anni la platea dei soggetti istituzionali coinvolti nell'attività di ricerca, con la condivisione di esperienze e poliedrici, nonché privilegiati, punti di osservazione: l'attuale partenariato ha tra i protagonisti e fautori dell'iniziativa, oltre alla Camera di commercio di Torino, anche ANFIA (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica), la Camera di commercio di Modena e il CAMI (Center for Automotive & Mobility Innovation) dell'Università Ca' Foscari Venezia.

Strategici, per garantire la realizzazione della ricerca e svilupparne le linee evolutive, sono stati la partecipazione e l'apporto fornito allo studio da ciascun partner: la Camera di commercio di Torino, forte dell'esperienza maturata nella quasi ventennale attività di ricerca e rappresentante del territorio in cui storicamente la componentistica è più presente; la Camera

di commercio di Modena con un interesse specifico nei confronti del distretto emiliano-romagnolo, approfondito dalla Fondazione Democenter-Sipe, di cui la Camera è socia; ANFIA, già partner nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio, per la diretta conoscenza delle dinamiche della filiera automotive nazionale in quanto associazione di categoria che da oltre un secolo ne rappresenta le istanze; infine, il CAMI dell'Università Ca' Foscari, che ha svolto l'imprescindibile ruolo di coordinamento metodologico e scientifico dei lavori.

In questa ultima edizione l'Osservatorio, superando scelte adottate nel recente passato che avevano portato ad analizzare anche comparti della filiera non strettamente riconducibili alla produzione di parti e componenti di autoveicoli, è tornato a concentrarsi sulla componentistica in senso stretto. Non solo: si è proposto anche di svolgere una sistematica raccolta di informazioni, utili sia a disegnare gli scenari attuali, nazionali e internazionali, che caratterizzano il settore automotive in generale, sia a conoscere le linee evolutive dei mercati locali e le peculiarità delle imprese della componentistica italiana, ad esempio in termini di ripartizione in cluster di attività, di capacità produttiva, di propensione all'innovazione e alle relazioni interorganizzative, di trend di internazionalizzazione. La pubblicazione include anche un focus specifico sulla filiera della componentistica piemontese e, come si è detto, sul distretto emiliano-romagnolo. In conclusione, questo studio rappresenta, quindi, uno strumento utile non solo al mondo della ricerca, ma anche al mondo delle imprese, delle associazioni di categoria e di tutti gli stakeholder che si confrontano con le politiche da attuare per lo sviluppo dell'industria automotive italiana.

L'auspicio è che, sulla scia di questo lavoro, frutto del contributo interdisciplinare di più attori, l'Osservatorio possa proseguire a indagare il settore della componentistica, accogliendo e intercettando le esigenze conoscitive di un mondo che sta affrontando cambiamenti epocali: dall'auto sempre più connessa ed elettronica, all'avvento dei veicoli a guida autonoma e alla mobilità condivisa.

Giuseppe Barile
Presidente Gruppo Componenti di ANFIA

Vincenzo Ilotte
Presidente della CCIAA di Torino

Giorgio Vecchi
Presidente della CCIAA di Modena

Francesco Zirpoli
Direttore Scientifico del CAMI

1 Capire l'industria automotive per informare le strategie competitive e le politiche industriali

Anna Moretti e Francesco Zirpoli
(CAMI, Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

L'industria automotive rappresenta uno dei settori cruciali per l'economia Europea. Con circa 12mln di persone impiegate direttamente o indirettamente nelle attività produttive legate all'industria automotive, e un contributo al PIL Europeo stimato intorno al 4% (Commissione Europea, 2016¹), la competitività del settore rappresenta una delle priorità per l'Europa. L'interesse a sostenere la competitività dell'industria, quindi, non risiede solo negli importanti effetti occupazionali ed economici direttamente legati al settore, ma anche nell'importante effetto moltiplicatore che essa ha sull'economia nel suo complesso, in quanto legata a moltissimi altri settori *upstream* - tra i quali, ad esempio, l'acciaio, la chimica, il tessile - e *downstream* - ad esempio, le ICT, i servizi di riparazione, e i servizi di mobilità. L'industria automotive risulta essere un settore chiave per rafforzare il posizionamento sullo scenario competitivo globale dell'Unione Europea in ambito manifatturiero. Per raggiungere i propri obiettivi di sviluppo in questo settore, la Commissione Europea si è focalizzata su due principali politiche: (i) sostenere i processi di armonizzazione tecnica globale, ovvero di sviluppo processi e prodotti all'interno di un framework (promosso dalla UNECE - *United Nations Economic Commission for Europe*) di requisiti tecnici comuni all'interno dell'area Europea, con l'obiettivo di ridurre i costi di sviluppo e di evitare la duplicazione delle procedure amministrative (Commissione Europea, 2015²); (ii) finanziare le attività di ricerca (soprattutto cooperativa) e innovazione nel settore automotive per il periodo 2014-2020, in particolare nell'ambito dei veicoli *green*, della decarbonizzazione dei motori tradizionali, della sicurezza, e delle infrastrutture dell'informazione.

Tra i Paesi produttori dell'industria automotive Europea, che conta il 27% della produzione mondiale di autovetture, l'Italia nel 2015 si posi-

1 Cfr. Commissione Europea (2016). *The automotive industry*. https://ec.europa.eu/growth/sectors/automotive_en.

2 Commissione Europea (2015). *Progress Report on the 2014 Activities of the World Forum for Harmonisation of Vehicle Regulations* (UNECE WP.29).

zione al nono posto, con la produzione di circa 663mila unità (su oltre un milione di autoveicoli prodotti in totale). L'intera filiera italiana contribuisce per circa il 5% del PIL nazionale, un impatto influenzato anche dalla rilevanza della componentistica che mostra un valore significativo e paragonabile ad altre economie Europee, ed occupa circa 1,2mln di addetti diretti e indiretti (Unioncamere e Prometeia, 2015³). L'industria automotive Italiana, fortemente caratterizzata nella sua storia dalla presenza di un unico grande *carmaker* nazionale, negli anni più recenti ha visto profondi mutamenti organizzativi e strategici, soprattutto nella direzione di una sempre minore dipendenza della filiera dalle scelte produttive di FCA. Tale percorso evolutivo ha avuto importanti ripercussioni sia dal punto di vista delle politiche pubbliche, sia dal punto di vista delle imprese italiane appartenenti alla filiera, e in particolar modo su quelle della componentistica.

A fronte del minor impegno produttivo sul territorio nazionale del gruppo FCA, la politica industriale Italiana si è orientata verso azioni di stimolo della domanda interna, da un lato, e della promozione delle esportazioni, dall'altro. Se la prima serie di azioni rientra nell'ambito specifico dell'erogazione di incentivi per l'acquisto di nuovi veicoli, legati all'impatto inquinante degli stessi, la seconda serie di azioni spazia dalla comunicazione (come ad esempio, la partecipazione a fiere), alla consulenza, al finanziamento (credito o finanziamento della copertura assicurativa), alla formazione, ecc. (Unioncamere e Prometeia, 2015⁴).

La rilevanza delle esportazioni, e quindi l'orientamento verso la soddisfazione di una domanda internazionale, è stata colta dalle imprese della filiera automotive italiana, così come confermato dall'edizione 2015 dell'Osservatorio sulla Filiera Autoveicolare Italiana. La competitività del settore e delle singole imprese, infatti, si sta giocando negli anni più recenti su fattori molto diversi rispetto al passato, ed in particolare la capacità di rivolgersi ad un mercato internazionale è sembrata assumere un ruolo chiave nelle dinamiche competitive, giocate non più solo sul territorio nazionale, ma all'interno di una nuova geografia della concorrenza.

Perciò da un lato, l'efficacia delle politiche pubbliche promosse a livello nazionale e comunitario, in termini di impatto sulla competitività e sviluppo dell'industria, dipende largamente dalla capacità dei *policy makers* di comprendere le dinamiche settoriali, e di interpretare cor-

3 Cfr. Prometeia, Unioncamere (2015). *Il settore automotive nei principali Paesi Europei*. Ricerca promossa dalla 10a Commissione Industria, Commercio, Turismo del Senato della Repubblica.

4 Cfr. Prometeia, Unioncamere (2015). *Il settore automotive nei principali Paesi Europei*. Ricerca promossa dalla 10a Commissione Industria, Commercio, Turismo del Senato della Repubblica.

rettamente i trend in atto che caratterizzeranno il futuro delle imprese automotive. Attraverso la conoscenza dei principali tratti caratteristici dell'industria a diversi livelli di analisi, infatti, l'efficacia delle politiche pubbliche può non solo essere migliorata, ma può anche essere valutata attraverso un sistema di misurazione più coerente. Dall'altro, la competitività delle imprese automotive e dell'intero comparto dipende dalla capacità dei principali *player* nazionali di stare sul mercato secondo le nuove regole del gioco, interpretando correttamente i fattori chiave sui quali si giocheranno le dinamiche competitive nel futuro dell'industria. Conoscere quali siano le dinamiche in atto nel settore, permette alle imprese non solo di cercare un allineamento tecnologico con i principali competitors, ma anche di anticipare ed effettuare i necessari cambiamenti strategico-organizzativi.

I temi dell'innovazione tecnologica, dei cambiamenti dei business model, delle dinamiche concorrenziali, e dei fattori di competitività, così come il loro inquadramento in una geografia globale, risultano quindi di centrale importanza sia per i decisori pubblici, sia per le imprese operanti nell'industria. Se, infatti, alcune dinamiche evolutive dell'industria trovano ampio spazio nei *media*, che prospettano un prossimo futuro della mobilità ampiamente basato sul trasporto pubblico o *shared*, sulle tecnologie *green* ed *eco-friendly*, sulla guida senza pilota, e sul trasporto *always connected*, esse trovano meno riscontro nei dati relativi ai trend in atto, facendo pensare ad un percorso ad orizzonte molto più lungo di quello ipotizzato nel dibattito collettivo.

Con questo obiettivo è stato scritto il presente Rapporto, e sviluppata l'edizione 2016 dell'Osservatorio sulla componentistica automotive italiana. L'indagine e l'analisi dei suoi risultati, inquadrati nel contesto globale attraverso la presentazione dei dati disponibili sull'industria mondiale, hanno lo scopo di informare i principali operatori pubblici e privati dell'industria, così come gli studiosi del settore. Il presente rapporto tenta dunque di offrire un quadro sulla componentistica automotive italiana, approfondendo le dinamiche dell'industria rispetto all'attenzione alle nuove tendenze tecnologiche, all'innovazione dei business model, ai fattori rilevanti per la competitività, e all'articolazione della geografia della concorrenza.

In particolare, l'edizione 2016 approfondisce ulteriormente, rispetto alle edizioni precedenti del rapporto, il tema dell'innovazione, esplorando le caratteristiche specifiche dell'attività di innovazione svolta dalle imprese della componentistica. Nello specifico si sono approfonditi i temi dell'innovazione di prodotto e di processo, così come dell'innovazione radicale (facendo riferimento, in questo caso, alle innovazioni introdotte come novità per l'intero mercato di riferimento) e incrementale (ove l'innovazione era nuova solo per l'impresa). I dati sono stati raccolti seguendo l'impostazione della *Community Innovation Survey* (proposta

dall'Unione Europea alle imprese di tutti i Paesi membri), in modo da poter agevolare il lettore al confronto del dato italiano con quello di altri Paesi Europei.

Un secondo ambito di approfondimento è stato quello dello sviluppo di relazioni inter-organizzative, un tema di particolare interesse per le piccole e medie imprese italiane negli anni recenti, da quando la normativa sui contratti di rete, passata attraverso il d.l. 5/2009 convertito in l. 33/2009 e modificato con l. 99/2009, d.l. 78/2010 convertito in l. 122/2010, d.l. 83/2012 convertito in l. 134/2012, e infine il d.l. 179/2012 convertito in l. 221/2012, si è stabilizzata ed è divenuta operativa, permettendo l'adozione di tale forma organizzativa ad oltre 16mila imprese Italiane. La letteratura scientifica e gli studi empirici sulle reti d'impresa indicano come attraverso la collaborazione tra imprese diverse, sia in posizione verticale che orizzontale della filiera, sia possibile raggiungere molteplici obiettivi collettivi che non sarebbero accessibili tramite l'attività individuale, quali ad esempio l'entrata in nuovi mercati (geografici e di business), gli investimenti in ricerca e sviluppo, la condivisione della conoscenza, lo sviluppo di processi di co-produzione. Lo sviluppo di forme organizzative reticolari è particolarmente diffuso tra le piccole e medie imprese soprattutto perché queste offrono l'opportunità di raggiungere una massa critica utile e necessaria per l'avvio di determinate attività, quali ad esempio l'avvio di grossi progetti di ricerca e innovazione che la singola impresa, a causa dei limiti dimensionali, non potrebbe sostenere per la mancanza di risorse (economiche, finanziarie, umane, ecc.). Il rapporto approfondisce le dinamiche relazionali nella componentistica italiana e contribuisce a comprendere se le imprese che operano nella filiera italiana dell'auto stanno cogliendo e sfruttando le opportunità offerte dalle collaborazioni inter-organizzative.

Oltre agli approfondimenti tematici, il rapporto offre, come ormai tradizione, due approfondimenti geografici sulle imprese automotive dell'area Piemontese ed Emiliano Romagna. I due territori presi ad esame presentano, infatti, una profonda vocazione verso il settore dell'auto, seppur caratterizzandosi per dinamiche imprenditoriali e strategiche molto diverse tra loro. Il focus su questi due territori offre dunque la possibilità di esplorare le specificità territoriali delle imprese operanti nelle aree indagate, e di discutere come i tratti distintivi di ciascun territorio si ripercuotano sulle dinamiche evolutive del settore.

Il rapporto, è dunque così articolato: i capitoli 2, 3, e 4, dopo alcuni cenni relativi all'andamento dell'economia mondiale nel suo complesso, offrono una panoramica sull'industria mondiale dell'auto, analizzando i dati disponibili relativi alla domanda e all'offerta, distinguendo per i diversi segmenti. I capitoli 5, 6, 7, 8 propongono i focus per macro-area, rispettivamente dedicati a: Europa, NAFTA, Sud America, Asia/Oceania. Ciascun approfondimento offre una rassegna dei numeri di domanda e

offerta dell'area specifica, e si chiude con una piccola sezione sui trend industriali del mercato e della produzione di autoveicoli (facendo riferimento al primo semestre 2016). Il capitolo 9 offre un approfondimento sull'Italia, proponendo una sintesi economica del Paese, una panoramica della filiera, del mercato, del trasporto delle merci e del mercato di altri autoveicoli, concludendo con la presentazione dei trend per il 2016.

Il capitolo 10 presenta la metodologia e i risultati dell'edizione 2016 dell'Osservatorio, analizzando i dati complessivi della filiera in termini di numerosità, diversificazione, fatturato, rapporto con il gruppo FCA, internazionalizzazione, innovazione e relazioni inter-organizzative. I risultati sono presentati e discussi ponendo l'accento sulle differenze presenti tra le imprese appartenenti alle diverse categorie imprenditoriali della filiera, ovvero gli integratori di moduli e sistemi, gli specialisti, i subfornitori, e i servizi di E&D. Chiudono il capitolo la presentazione dei principali trend in atto, assieme ad alcune considerazioni conclusive sui risultati complessivi.

I capitoli 11 e 12 presentano gli approfondimenti territoriali rispettivamente su Piemonte e su Emilia Romagna,⁵ presentando i numeri della filiera e le principali dinamiche in atto nei rispettivi territori, mentre il capitolo 13 chiude il volume offrendo delle considerazioni conclusive sull'industria automotive in termini di trend evolutivi e fattori di competitività rilevanti.

⁵ La CCIAA di Modena ha deciso di affidare l'incarico di redazione del capitolo sull'approfondimento emiliano romagnolo alla Fondazione Democenter-Sipe, di cui la CCIAA di Modena è socia, in virtù della competenza tecnica maturata nel settore grazie all'attività di ricerca sperimentale, incubazione di imprese, supporto alle start-up, spin off universitari e FabLab che svolge da 26 anni.

Scenari globali dell'industria automotive

Marisa Saglietto

2 L'economia mondiale

Secondo i dati pubblicati a ottobre 2016 dal Fondo Monetario Internazionale, la crescita dell'economia mondiale per l'anno 2015 è stata del 3,2%, con un rallentamento nella seconda metà dell'anno. Il FMI ha rivisto al ribasso le proiezioni sulla crescita mondiale ad ottobre rispetto a quelle precedenti di aprile: da +3,2% a +3,1% per il 2016 e da +3,5% a +3,4 per il 2017.

Le economie avanzate hanno registrato una crescita nel 2015 del 2,1%, più lenta rispetto alle aspettative, nel 2016 e nel 2017 la crescita è prevista attenuarsi rispettivamente a +1,6% e +1,8%. La crescita delle economie emergenti e in via di sviluppo è stata del 4% nel 2015, la più bassa dalla crisi finanziaria del 2008-2009; la ripresa è prevista più graduale rispetto alle precedenti aspettative del FMI: +4,2% nel 2016 e +4,6% nel 2017.

Il quadro internazionale è stato condizionato dal rallentamento dell'economia cinese (riduzione degli investimenti, delle esportazioni e importazioni, calo dell'attività manifatturiera), dalla caduta dei prezzi dei prodotti energetici (in particolare del petrolio, -47% sul prezzo medio del 2014) e delle altre materie prime, soprattutto i metalli, in caduta dal 2012 (un problema per la bilancia commerciale di molti Paesi esportatori), dalla stretta finanziaria della politica monetaria negli Stati Uniti, dalla recessione di Brasile e Russia, dall'instabilità politico-militare ed economica di una vasta area che va dal Maghreb all'Afghanistan.

Il rallentamento dell'economia mondiale è imputabile, nelle economie avanzate, agli Stati Uniti, al Giappone (per il calo dei consumi privati), e ad alcune economie avanzate dell'Asia. Negli USA, nonostante la crescita nel quarto trimestre sia risultata inferiore alle aspettative, il mercato del lavoro si è comunque mantenuto molto dinamico. Nell'Area Euro, PIL e mercato del lavoro non hanno invece ancora superato i livelli pre-crisi, la politica monetaria della BCE attraverso il *quantitative easing*, introdotta per favorire la crescita e gli investimenti facendo scendere i debiti pubblici degli stati e i tassi di interesse, dovrebbe continuare. Per quanto riguarda i mercati emergenti la situazione risulta molto differente: in sofferenza le economie di Russia e Brasile, mentre Cina e altri Paesi emergenti, nonostante il rallentamento, hanno comunque registrato tassi di crescita significativi.

L'aumento del PIL è stato del 6,9% in Cina e le proiezioni del FMI stimano crescite inferiori per il biennio successivo (+6,6% nel 2016 e +6,2% nel 2017). Il surplus commerciale è una delle cause del rallentamento dell'economia cinese, le esportazioni sono diminuite, così l'attività manifatturiera, compensata però dalla crescita del settore dei servizi. Il calo dei prezzi delle materie prime e del petrolio (-15% calo previsto nel 2016

sul 2015) ha pesato negativamente soprattutto nelle economie dei Paesi esportatori, in particolare di Brasile e Russia, con contrazioni del PIL rispettivamente del 3,8% e del 3,7% nel 2015 e con previsioni negative per entrambi i Paesi nel 2016 e appena positive nel 2017.

Il forte calo del prezzo del petrolio, piuttosto marcato a partire dal mese di settembre 2015, è stato determinato da molti fattori, alcuni legati al calo della domanda dovuto alla stagnazione economica dell'Eurozona, alla frenata dell'economia cinese, all'aumento di energia ricavata da fonti rinnovabili; altri legati allo sviluppo tecnologico di più efficaci tecniche di ricerca geologica, di sviluppo e produzione applicate ai giacimenti convenzionali e non, alla rivoluzione energetica americana, che non riguarda solo lo *shale gas*, ma anche il petrolio non convenzionale (*tight oil*).

Questi fattori hanno già avuto un impatto negativo sulle economie dei Paesi produttori ed esportatori di idrocarburi come Arabia Saudita e Federazione Russa e sugli investimenti delle imprese con attività estrattive che vedono scendere ricavi e profitti, mentre favoriscono le economie dei Paesi importatori, consentendo una riduzione dei costi industriali per l'approvvigionamento di energia delle imprese e un'opportunità di risparmio per i consumatori finali. L'accordo fra i Paesi produttori, riuniti a gennaio e ad aprile 2016 a Doha, per congelare la produzione petrolifera a livelli più bassi e frenare la caduta delle quotazioni petrolifere, non è stato raggiunto, soprattutto a causa delle tensioni tra Arabia Saudita e Iran, rientrato in gioco con la fine delle sanzioni economiche. A fine settembre 2016 è stato raggiunto ad Algeri un accordo tra i Paesi OPEC per il taglio della produzione petrolifera. Il semplice accordo ha avuto un'immediata ricaduta sui mercati e sul prezzo del petrolio. La mancanza di un accordo tra tutti i Paesi produttori OPEC e non OPEC per una riduzione significativa della produzione di petrolio, tale da consentirne l'aumento del prezzo e mettere fine ad una guerra dei prezzi al ribasso, sembra lontano. Tutti quei Paesi che negli ultimi decenni sono cresciuti soprattutto grazie alle esportazioni di prodotti petroliferi sono entrati in profonda crisi.

Rallenta l'economia del continente africano. Anche nel 2009, anno di recessione globale, il subcontinente era riuscito a fare meglio. Dopo una crescita media, dal 2001-2014, attorno al 5%, nel 2015 l'economia dell'**Africa Subsahariana** ha registrato il tasso di crescita più basso dal 2000: +3,4% e il FMI prevede un ulteriore rallentamento nel 2016 (+1,4%), in attesa di una ripresa nel 2017 (+2,9%), favorita da un recupero dei prezzi delle materie prime. Per i Paesi più dipendenti dallo sfruttamento delle materie prime si assiste ad un peggioramento del quadro macroeconomico, le minori entrate determinano un appesantimento del debito estero (gran parte dell'export totale è composta da commodity energetiche e minerarie). Altri fattori hanno determinato il rallentamento di molte economie, che sembra proseguire anche nel 2016: fattori climatici (siccità), crisi Ebola, conflitti bellici. La Cina è il primo partner commerciale dell'Africa Subsahariana,

pertanto il rallentamento dell'economia cinese ha avuto effetti negativi per le economie dei Paesi africani più legati alle importazioni della Cina. Il minor 'valore' degli investimenti in materie prime ha dirottato altrove gli investimenti esteri, così il calo delle emissioni di Eurobond dei Paesi africani causato dagli spread sui rendimenti diventati onerosi. Nonostante la situazione difficile e incerta, la regione rappresenta una opportunità.

L'area **MENA (Medio Oriente, Nord Africa) allargata ad Afghanistan e Pakistan**, è una regione economicamente diversificata che include sia le economie ricche di petrolio del Golfo, sia Paesi che contano risorse scarse in rapporto alla popolazione (quali Egitto, Marocco, Yemen). In termini di popolazione la regione MENA (Medio Oriente e Nord Africa) conta circa 355mln di persone, l'85% delle quali vive in Paesi definiti a medio reddito, l'8% in Paesi ad alto reddito e il 7% in Paesi a basso reddito. L'area MENA allargata, oltre ad essere colpita dal calo dei prezzi del petrolio, è funestata dall'intensificarsi di conflitti, tensioni sociali e dal moltiplicarsi di rischi per la sicurezza, causando così una pesante contrazione degli investimenti. Settore trainante dei consumi è quello tecnologico, in particolare la telefonia mobile e l'accesso ad Internet, sospinti in crescita esponenziale dal passaggio in corso da una società dove le persone non hanno telefono né Internet ad una dove tutti sono connessi attraverso cellulare.

Nel 2015 la dinamica degli scambi dei volumi del **commercio mondiale** è stata del 2,6% (inferiore alle aspettative). Le proiezioni per il 2016 pubblicate ad aprile sono state riviste al ribasso dal FMI ad ottobre, da +3,1% a + 2,3%. Per il 2017 il *trade* mondiale dovrebbe registrare un aumento del 3,8%.

Tabella 1 PIL e commercio mondiali, prezzo petrolio

var. % a/a	2014	2015	2016F	2017F
PIL MONDO	3,4	3,2	3,1	3,4
Paesi avanzati	1,9	2,1	1,6	1,8
Area Euro	1,1	2,0	1,7	1,5
Germania	1,6	1,5	1,7	1,4
Francia	0,6	1,3	1,3	1,3
Italia	-0,3	0,8	0,8	0,9
Spagna	1,4	3,2	3,1	2,2
Giappone	0,0	0,5	0,5	0,6
Regno Unito	3,1	2,2	1,8	1,1
Stati Uniti	2,4	2,6	1,6	2,2
Paesi emergenti	4,6	4,0	4,2	4,6
Brasile	0,1	-3,8	-3,3	0,5
Cina	7,3	6,9	6,6	6,2
India	7,2	7,6	7,6	7,6
Russia	0,7	-3,7	-0,8	1,1
CSI (escluso Russia)	2,0	-0,5	0,9	2,3
Messico	2,2	2,5	2,1	2,3
ASEAN*	4,6	4,8	4,8	5,1
Africa Sub-Sahariana	5,1	3,4	1,4	2,9
Nigeria	6,3	2,7	-1,7	0,6
Sud Africa	1,6	1,3	0,1	0,8
Commercio mondiale (volumi di merci e servizi)	3,8	2,6	2,3	3,8
Prezzo petrolio (media dei prezzi Brent, Dubai e WTI)	\$ 96,2	\$ 50,8	\$ 43,0	\$ 50,6

* Indonesia, Malaysia, Philippines, Thailand e Vietnam.

Fonte: FMI, ottobre 2016

Le proiezioni sulla crescita mondiale sono state riviste al ribasso a +3,1% nel 2016 e a +3,4% nel 2017 dal FMI a ottobre 2016. Alcuni eventi hanno segnato significativamente la prima parte del 2016 e potrebbero 'limare' ulteriormente la crescita prevista per il 2016:

- prosegue la crescita nell'**Area Euro**, sostenuta dalla domanda interna, ma sono aumentati i rischi riguardanti la domanda estera e l'acuirsi delle tensioni geopolitiche;
- l'uscita del **Regno Unito** dall'Unione Europea, sancita dal voto al referendum del 23 giugno 2016, avrà importanti implicazioni politiche, economiche e sociali per il Paese, nonché per l'UE nel suo complesso;
- il ballottaggio per l'elezione presidenziale in **Austria** sarà ripetuto il prossimo 4 dicembre, a seguito della decisione della Corte Costituzionale di accogliere il ricorso sulle irregolarità verificatesi durante

lo scrutinio dei voti del 22 maggio scorso, che ha portato all'annullamento del risultato;

- diverse questioni affliggono l'**UE** e non trovano ancora risposte politiche adeguate in un quadro coerente e condiviso (la lentezza della ripresa economica; l'incertezza tra rigore economico, voluto dalle economie del Nord Europa e flessibilità, richiesta invece dai Paesi del Sud Europa; l'indefinita politica estera; la confusa gestione dei flussi migratori provenienti dai Paesi teatro di conflitti bellici e violenze);
- il futuro dell'adesione della **Turchia** all'UE, dopo il tentativo di colpo di stato del 15 luglio, rimane incerto;
- l'elezione del nuovo presidente degli **Stati Uniti d'America**;
- le **economie emergenti** restano un elemento di rischio per la crescita mondiale;
- in **Cina** continua il rallentamento dell'economia. La **Nigeria** (prima economia dell'Africa), dopo due trimestri consecutivi di riduzione del PIL, è ufficialmente in recessione. L'industria petrolifera, pilastro del sistema economico nigeriano (70% del PIL nazionale), è stata colpita dal calo dei prezzi degli idrocarburi e si è registrato anche un forte calo del valore della naira, la moneta nigeriana. A partire da giugno, il Governo ha permesso alla valuta di fluttuare liberamente per contribuire a rilanciare l'economia. Il FMI ha rivisto al ribasso la crescita nell'Africa Subsahariana per il 2016, da +3% di aprile a +1,4% di ottobre;
- il **calo del greggio** non determina un rafforzamento dell'attività produttiva globale.

3 L'industria automotive mondiale

Sommario 3.1 La domanda mondiale ha riguardato circa 90 milioni di autoveicoli. – 3.2 La produzione mondiale supera 91 milioni di autoveicoli. – 3.3 Trend 2016. – 3.3.1 Mercato autoveicoli. – 3.3.2 Produzione autoveicoli. – 3.4 I trend evolutivi dell'industria automotive. – 3.4.1 Guidare l'auto ha davvero perso il suo fascino?

3.1 La domanda mondiale ha riguardato circa 90 milioni di autoveicoli

L'andamento dell'industria autoveicolare, a fine 2015, ha conseguito risultati positivi; la **domanda di autoveicoli**¹ ha riguardato complessivamente 89,7mln di unità, con una crescita dell'1,4% rispetto al 2014 e del 9% sul 2012. **La domanda di autoveicoli leggeri** (vetture e veicoli commerciali leggeri) **invece è stimata 88mln di unità, +2% sul 2014** (dati IHS). Il 74% delle vendite complessive di *light vehicle* (LV) sono **autovetture** e nel 2015 hanno riguardato 65mln di unità (+1,4% sul 2014, dati IHS²).

La crescita del mercato degli **autoveicoli** nel 2015 è stata sostenuta in particolare dalle vendite in: Europa Occidentale (+9,3%), Stati Uniti (+5,9%), Messico (+19%), India (+7,8%) e Cina (+4,7%). La domanda di autoveicoli in UE e EFTA, dopo anni di segni negativi, è in crescita dal 2014; in ripresa il mercato in Turchia, che dopo il calo del 9,6% nel 2014, aumenta del 25% nel 2015. Nel resto dell'Europa la domanda di autoveicoli risulta in pesante contrazione rispetto al 2014, soprattutto in Russia (-44,5%) e in Ucraina (-50,6%). Nei Paesi del Centro-Sud America, il mercato subisce una contrazione del 19,8%, dovuta soprattutto al Brasile (-26,6%).

La domanda di autoveicoli nell'area Asia/Pacifico sale dell'1,9% e registra andamenti differenti a seconda dei mercati: Cina (oltre un quarto della domanda globale), India e Sud Corea hanno risultati positivi, mentre Giappone e ASEAN³ risultano in calo. L'intera area equivale al 48,6% della domanda globale, un'area che ospita il 60% della popolazione mondiale, oltre 4,3mld di abitanti su un totale di 7,3mld, con tassi di crescita economica del 6,9% per Cina, 7,6% India e 4,8% ASEAN (dati FMI, ottobre 2016).

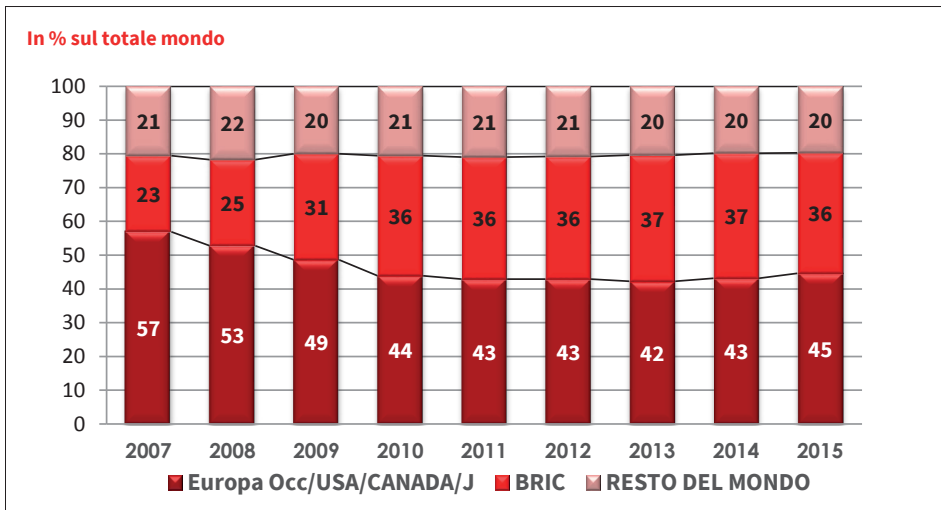
1 Vetture+VCL+autocarri+autobus (elaborazioni ANFIA su dati OICA).

2 Il dato IHS per il mercato autovetture non include i *light truck* USA, luglio 2016.

3 ASEAN (Filippine, Malesia, Indonesia, Thailandia, Vietnam, Singapore, Brunei, Birmania, Laos, Cambogia).

Dal 2007 al 2015 la domanda mondiale di autoveicoli, aumentata del 25% passando da 71,7mln a 89,7mln, si è modificata enormemente: i Paesi industrializzati e ‘motorizzati’, storicamente aree di produzione, hanno visto ridurre il peso dei loro mercati, passando dalla quota di 57% a 45%, mentre i Paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina), la cui domanda è cresciuta del 98% rispetto al 2007, hanno raggiunto il 36% delle vendite mondiali, (era il 23% nel 2007).

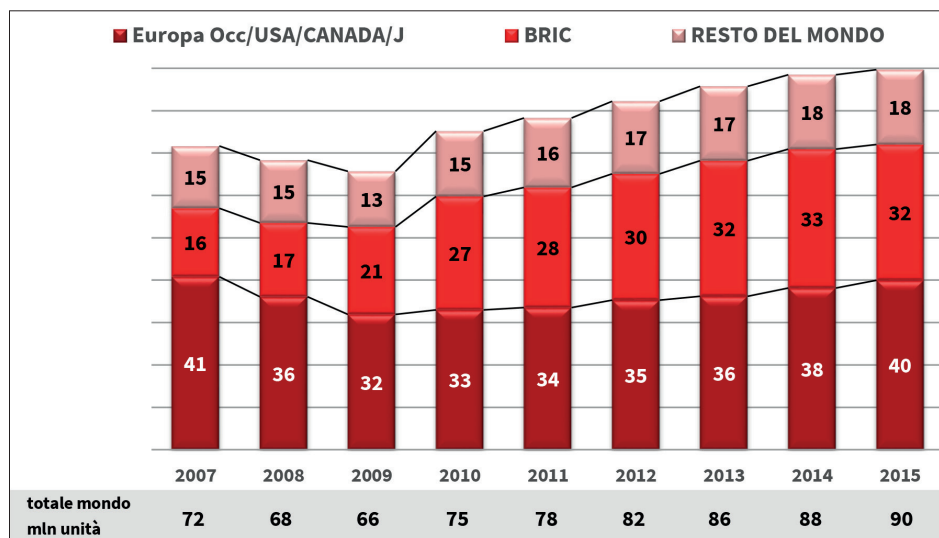
Figura 1 Domanda mondiale di autoveicoli per macro area economica (2007-2015, valori %)



Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

In termini assoluti, la domanda di autoveicoli nei Paesi industrializzati (Europa Occidentale, USA, Canada e Giappone) è passata da 41mln di autoveicoli nel 2007 a 40mln nel 2015 (-2%), dopo il crollo negli anni 2009-2011 attorno ai 33mln di unità vendute, mentre i Paesi dell'area BRIC hanno visto la domanda crescere fino al 2014, grazie soprattutto al mercato cinese e a quello indiano, mentre Russia e Brasile risultano in calo dal 2013. L'area BRIC nel 2015 ha segno negativo: -2,2% sul 2014. Nel resto del mondo la domanda di autoveicoli, subisce una battuta d'arresto nel 2009, per poi crescere moderatamente fino al 2015.

Figura 2 Domanda mondiale di autoveicoli per macro area economica (2007-2015, milioni di unità)



Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

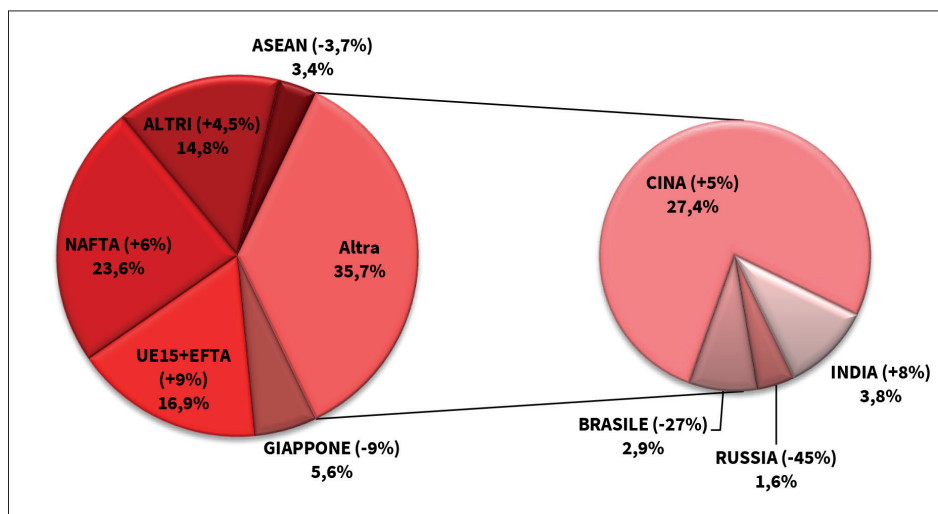
Tabella 2 Vendite mondiali di autoveicoli (2012-2015, migliaia di unità)

	2012	2013	2014	2015	var. % 15/12	var. % 15/14	sh% 2015
MONDO (stime)	82.209	85.715	88.442	89.672	9,1	1,4	100,0%
EUROPA	18.658	18.353	18.542	18.966	1,7	2,3	21,2%
UE28+EFTA	14.353	14.145	14.950	16.388	14,2	9,6	18,3%
UE15 +EFTA	13.406	13.189	13.868	15.158	13,1	9,3	16,9%
Germania	3.394	3.258	3.357	3.540	4,3	5,5	3,9%
Francia	2.332	2.207	2.211	2.345	0,6	6,1	2,6%
UK	2.334	2.596	2.843	3.061	31,2	7,7	3,4%
Italia	1.533	1.420	1.493	1.726	12,6	15,6	1,9%
Spagna	791	823	987	1.214	53,5	23,0	1,4%
UE13	947	956	1.082	1.229	29,9	13,7	1,4%
RUSSIA	3.142	2.999	2.592	1.438	-54,2	-44,5	1,6%
TURCHIA	818	893	807	1.011	23,7	25,2	1,1%
ALTRI EUROPA	346	316	192	130	-62,5	-32,6	0,1%
NAFTA	17.529	18.765	19.901	21.162	20,7	6,3	23,6%
Canada	1.716	1.781	1.889	1.939	13,0	2,6	2,2%
Messico	1.024	1.101	1.168	1.388	35,5	18,8	1,5%
USA	14.788	15.883	16.843	17.836	20,6	5,9	19,9%
CENTRO-SUD AMERICA	6.150	6.270	5.572	4.470	-27,3	-19,8	5,0%
Argentina	830	964	614	606	-27,0	-1,3	0,7%
Brasile	3.802	3.767	3.498	2.569	-32,4	-26,6	2,9%
ASIA-OCEANIA	38.355	40.730	42.783	43.577	13,6	1,9	48,6%
Cina	19.306	21.984	23.499	24.598	27,4	4,7	27,4%
Giappone	5.370	5.376	5.563	5.047	-6,0	-9,3	5,6%
India	3.596	3.241	3.177	3.425	-4,7	7,8	3,8%
Sud Corea	1.565	1.574	1.730	1.922	22,8	11,1	2,1%
ASEAN	3.470	3.600	3.173	3.055	-12,0	-3,7	3,4%
AFRICA	1.518	1.597	1.643	1.497	-1,4	-8,9	1,7%
BRIC	29.846	31.991	32.766	32.030	7,3	-2,2	35,7%

Fonte: ANFIA/OICA/WARD'S/FOURIN

 Dati dettagliati per Paese pubblicati su Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Figura 3 Domanda mondiale di autoveicoli
(variazione % 2015/2014 e quota % sul totale del mondo)



Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

3.2 La produzione mondiale supera 91 milioni di autoveicoli

La **produzione di autoveicoli**, sostenuta quindi dall'andamento positivo della domanda, **nel 2015 ha totalizzato oltre 91mln di unità**, pari ad una crescita dell'1,1% sul 2014, più contenuta rispetto agli anni precedenti, su cui hanno influito le produzioni in contrazione di Argentina (-14%), Brasile (-23%), Russia (-27%), Giappone (-5%), penalizzate da un calo della domanda interna. Nel 2015 tutte le macro aree di produzione risultano in crescita, con la sola eccezione del Sud America (-21%). Rispetto al 2007, la produzione mondiale registra un aumento del 24%, pari a circa 17,8mln di veicoli prodotti in più. L'unica area, oltre al Sud America, che totalizza nel 2015 volumi inferiori a quelli conseguiti nel 2007 è ancora l'Unione Europea: 18,5mln di unità prodotte nell'ultimo anno contro 19,7 del 2007 (-6%). L'area NAFTA ha registrato un nuovo record produttivo con oltre 17,9mln autoveicoli, superando quello precedente, conseguito nel 2000 (17,7mln). Nel continente asiatico invece è stato prodotto il 56% in più rispetto al 2007.

Nel 2015 il 52,5% degli autoveicoli è prodotto in Asia-Oceania, il 23,6% in Europa e il 19,7% nell'area NAFTA, il 4,2% nel Resto del Mondo. La Cina è il primo Paese produttore del mondo (il 26,9% della produzione mondiale), seguita da Stati Uniti (13,3%), Giappone (10%), Germania, Sud Corea, India, Messico, Spagna, Brasile, Canada, Francia e Thailandia. Nella classifica dei Paesi produttori il Messico mantiene la posizione conquistata

nel 2014 (7^a posizione); la Spagna supera il Brasile, passando dalla nona all'ottava posizione, prima di Canada, Francia e Thailandia. I Paesi BRIC con 32,4mln di autoveicoli (-0,5% sul 2014) rappresentano il 35,6% della produzione mondiale, grazie ancora alla crescita dei volumi produttivi in Cina (+3,3%) e in India (+7,3%), mentre Russia e Brasile registrano cali rispettivamente 26,6% e del 22,8%.

Tabella 3 Classifica dei Paesi produttori di autoveicoli

Paese	2000	Paese	2005	Paese	2014	Paese	2015	
1	USA	12.773.714	USA	11.946.653	CINA	23.731.600	CINA	24.503.326
2	GIAPPONE	10.140.796	GIAPPONE	10.799.659	USA	11.660.702	USA	12.105.490
3	GERMANIA	5.526.615	GERMANIA	5.757.710	GIAPPONE	9.774.665	GIAPPONE	9.278.238
4	FRANCIA	3.348.361	CINA	5.708.421	GERMANIA*	6.053.288	GERMANIA*	6.182.108
5	SUD COREA	3.114.998	SUD COREA	3.699.350	SUD COREA	4.524.932	SUD COREA	4.555.957
6	SPAGNA	3.032.874	FRANCIA	3.549.008	INDIA	3.844.857	INDIA	4.125.744
7	CANADA	2.963.097	SPAGNA	2.752.500	MESSICO	3.368.385	MESSICO	3.565.218
8	CINA	2.069.069	CANADA	2.687.892	BRASILE	3.146.386	SPAGNA	2.733.201
9	UK	1.813.894	BRASILE	2.530.840	SPAGNA	2.402.978	BRASILE	2.429.463
10	MESSICO	1.922.889	UK	1.803.109	CANADA	2.394.154	CANADA	2.283.307
11	ITALIA	1.738.315	MESSICO	1.684.238	RUSSIA	1.887.193	FRANCIA*	2.014.449
12	BRASILE	1.681.517	INDIA	1.638.674	Thailandia	1.880.587	Thailandia	1.915.420

* Per Francia e Germania il dato include stime VI di BMI.

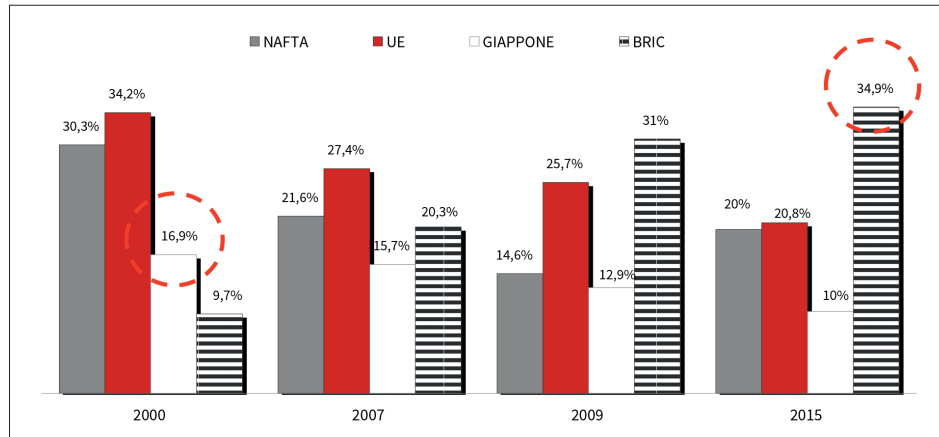
Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Gli autoveicoli leggeri (autovetture e veicoli commerciali leggeri) **prodotti sono stati 87,04mln (+1,6% sul 2014)**. Nelle economie tradizionali USA e Canada, Europa Occidentale e Giappone, le produzioni di *light vehicle* rappresentano il 57,5% della produzione mondiale nel 2007 e scendono al 42,5% nel 2015. I Paesi BRIC invece passano dal 20,3% di quota del 2007 al 34,9% nel 2015. I Paesi BRIC condividono una grande popolazione (circa il 42% della popolazione mondiale), un immenso territorio, abbondanti risorse naturali strategiche, insieme rappresentano oltre il 30% del PIL mondiale e il 16,5% del commercio mondiale. Una delle principali conseguenze della crescita e del consolidamento dei BRIC è stato l'emergere dei ceti medi, il che costituisce un dato di grande rilevanza per l'aumento e la diversificazione dei consumi e in particolare per la crescita della domanda privata di automobili.

L'industria autoveicolare rappresenta il volano della crescita per le economie delle principali aree di produzione, che attraverso essa hanno creato valore, hanno generato effetti positivi sulle bilance commerciali e hanno trainato tanti altri settori industriali creando occupazione diretta ed indiretta. Nelle economie europee la fase industriale dell'automotive contribuisce direttamente e indirettamente al Pil nazionale per una quota che varia dall'1,7% della Francia al 9,2% della Germania, mentre la fase distributiva

spazia dall'1,9% della Spagna al 3,3% del Regno Unito, come evidenziato dalla ricerca promossa dal 10° Commissione Industria, Commercio, Turismo del Senato della Repubblica e realizzata da Unioncamere e Prometeia (dati 2011). Secondo la Ricerca, il settore automotive ha mantenuto nelle economie dei *major market* europei una elevata capacità di attivazione di domanda e occupazione, nonostante che si sia delineato progressivamente uno spostamento dei volumi produttivi dalle aree industriali 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. Tuttavia nei Paesi emergenti non mancano fattori frenanti sia di natura economica (alti livelli inflattivi, perdita di valore delle monete, accelerazione delle tasse sulle auto premium), sia di natura politica (crisi Russia-Ucraina, tensioni in Medio Oriente e in Nord Africa), sia di natura ambientale (restrizioni alle vendite di auto nelle grandi città cinesi), mentre nelle aree di storica produzione, hanno registrato una ripresa dei volumi produttivi negli ultimi due anni, gli Stati Uniti, che nel 2015 superano i volumi produttivi pre-crisi, avvicinandosi ai volumi record degli anni 1977-1978 attorno a 12,8mln di unità prodotte e l'Unione Europea dove si vanno consolidando Paesi produttori come Spagna, Regno Unito, Repubblica Ceca e Slovacchia.

Figura 4 Produzione mondiale di *light vehicle*, distribuzione per area (valori %)



Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Tabella 4 Produzione mondiale di autoveicoli (2007-2015, migliaia di unità)

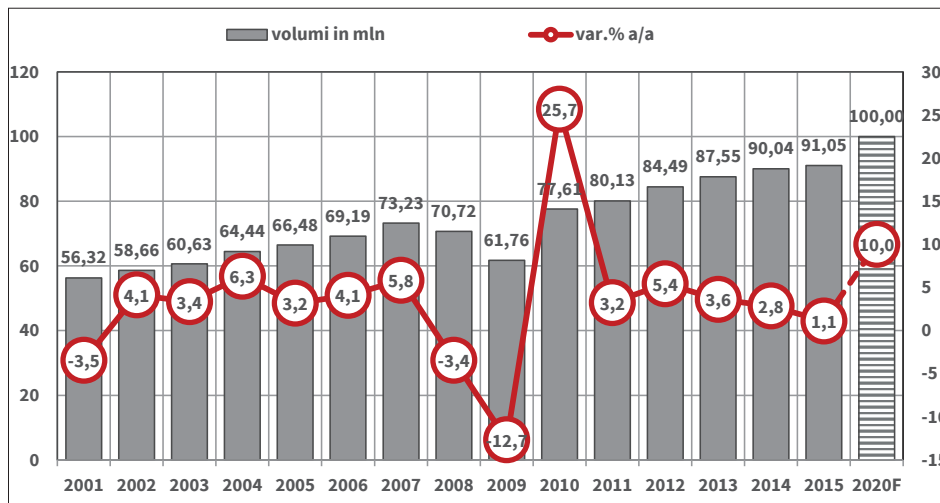
Migliaia di unità	2007	2009	2014	2015	var. % 15/07	var. % 15/14	sh% 2007	sh% 2009	sh% 2014	sh% 2015
MONDO (stime)	73.231	61.763	90.039	91.049	24,3	1,1	100,0	100,0	100,0	100,0
EUROPA	22.846	17.057	20.692	21.457	-6,1	3,7	31,2	27,6	23,0	23,6
UE	19.720	15.290	17.390	18.538	-6,0	6,6	26,9	24,8	19,3	20,4
UE15	16.686	12.243	13.746	14.681	-12,0	6,8	22,8	19,8	15,3	16,1
UE NUOVI MEMBRI	3.034	3.047	3.644	3.856	27,1	5,8	4,1	4,9	4,0	4,2
RUSSIA	1.660	725	1.887	1.384	-16,6	-26,6	2,3	1,2	2,1	1,5
TURCHIA	1.099	870	1.170	1.359	23,6	16,1	1,5	1,4	1,3	1,5
ALTRI EUROPA	367	173	245	176	-52,0	-27,8	0,5	0,3	0,3	0,2
NAFTA	15.426	8.762	17.423	17.954	16,4	3,1	21,1	14,2	19,4	19,7
Canada	2.579	1.490	2.394	2.283	-11,5	-4,6	3,5	2,4	2,7	2,5
Messico	2.095	1.561	3.368	3.565	70,2	5,9	2,9	2,5	3,7	3,9
USA	10.752	5.710	11.661	12.105	12,6	3,8	14,7	9,2	13,0	13,3
SUD AMERICA	3.699	3.770	3.800	3.016	-18,5	-20,6	5,1	6,1	4,2	3,3
Argentina	545	513	617	534	-2,0	-13,5	0,7	0,8	0,7	0,6
Brasile	2.977	3.183	3.146	2.429	-18,4	-22,8	4,1	5,2	3,5	2,7
ASIA-OCEANIA	30.715	31.760	47.405	47.786	55,6	0,8	41,9	51,4	52,6	52,5
Cina	8.882	13.791	23.732	24.503	175,9	3,3	12,1	22,3	26,4	26,9
Giappone	11.596	7.934	9.775	9.278	-20,0	-5,1	15,8	12,8	10,9	10,2
India	2.254	2.642	3.845	4.126	83,1	7,3	3,1	4,3	4,3	4,5
Sud Corea	4.086	3.513	4.525	4.556	11,5	0,7	5,6	5,7	5,0	5,0
Thailandia	1.287	999	1.881	1.915	48,8	1,9	1,8	1,6	2,1	2,1
Iran	997	1.394	1.091	982	-1,5	-9,9	1,4	2,3	1,2	1,1
AFRICA	545	413	720	836	53,5	16,2	0,7	0,7	0,8	0,9
BRIC	15.773	20.341	32.610	32.443	105,7	-0,5	21,5	32,9	36,2	35,6

Ove possibile, esclusi doppi conteggi.

Dati dettagliati per Paese pubblicati su Automobile in cifre (<http://www.anfia.it>)

Fonte: ANFIA/OICA

Figura 5 Produzione mondiale di autoveicoli (2001-2020)



Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

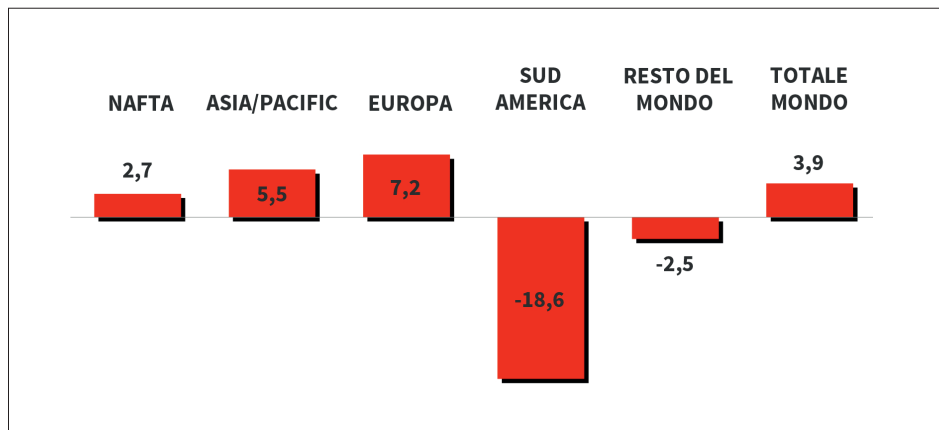
Secondo le rilevazioni pubblicate sul report mensile *Asian Automotive Intelligence* (August, n. 92) da Fourin, società di ricerca e analisi, i primi 3 produttori di autoveicoli mondiali sono Toyota Group con 10,29mln di autoveicoli (-2,1% sul 2014), Volkswagen Group con 10,26mln (-2,5%) e GM Group con 9,69mln (-2,1%). FCA ha prodotto 4,9mln di autoveicoli nel 2015 (+1%).

3.3 Trend 2016

3.3.1 Mercato autoveicoli

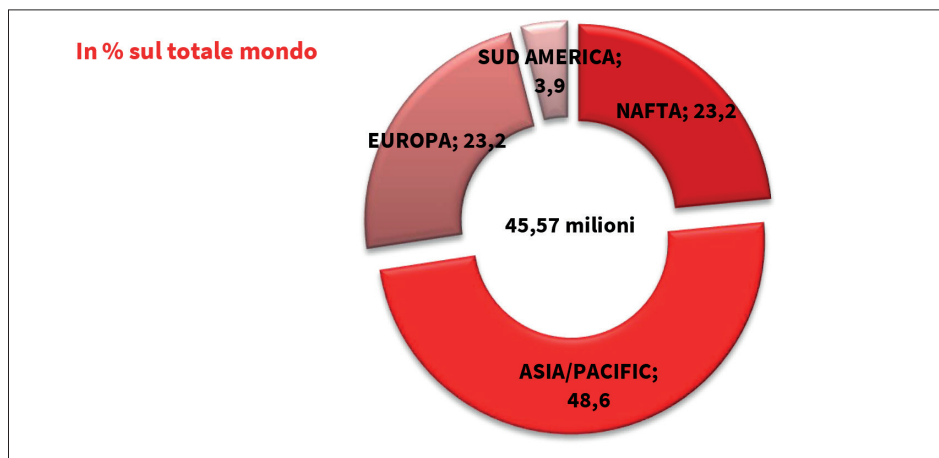
Nel 2016 emergono tendenze differenti relativamente alla crescita globale. A gennaio/giugno 2016 la domanda globale di autoveicoli ha raggiunto i 45,6mln di autoveicoli, in aumento del 3,9% sullo stesso periodo del 2015 (stima Ward's Automotive Reports, pubblicata sull'edizione settimanale del 1° agosto 2016).

Figura 6 Domanda mondiale di autoveicoli (gennaio/giugno 2016, variazioni %)



Fonte: ANFIA su dati Ward's Automotive Reports

Figura 7 Domanda mondiale di autoveicoli per area (gennaio/giugno 2016)



Fonte: ANFIA su dati Ward's Automotive Reports

In Europa si osserva un periodo positivo per il settore automotive: il mercato sta registrando una crescita importante, grazie ad un notevole interesse per le nuove tecnologie offerte dai nuovi modelli (dalle tecnologie per la connettività in auto, alle tecnologie applicate per la sicurezza dei passeggeri e in generale alla sicurezza stradale, ai sistemi di gestione elettronica del veicolo come i controlli vocali in remoto, i sistemi di identificazione del conducente basati sui segnali del suo comportamento alla guida o i sistemi

di controllo della velocità e di monitoraggio del veicolo come il tachigrafo digitale, la diagnostica del veicolo e i sistemi di allarme), ad una buona propensione all'acquisto; ad un interessante cambiamento delle quote di mercato dei segmenti (i SUV rappresentano quasi 1/4 del mercato auto in UE). Questo potrebbe favorire nuove dinamiche competitive favorite dai cambiamenti tecnologici che il settore sta vivendo (tecnologie applicate alla guida autonoma dei veicoli) e accelerate dagli obiettivi che la Commissione Europea ha posto per ridurre drasticamente le emissioni di gas serra, ovvero la riduzione del 20% entro il 2020 e del 40% entro il 2030 rispetto ai valori del 1990.

Nel 1° semestre 2016 l'Europa è l'area che registra la crescita più significativa nel mercato globale dei *motor vehicle*, oltre il 7% sui volumi di gennaio/giugno 2015, con lo share del 23,2% e 10,6mln di autoveicoli venduti. **Il mercato delle autovetture registra un incremento del 9% nell'area UE28/EFTA con 8,1mln di nuove immatricolazioni;** il comparto dei veicoli commerciali e industriali cresce del 13%, con oltre 1,2mln di unità. Il secondo trimestre 2016 è stato caratterizzato dall'esito del referendum in Gran Bretagna che, ha visto gli elettori inglesi optare per l'uscita del Paese dall'Unione Europea. Al momento l'Alta Corte di Giustizia ha sentenziato che l'uscita dall'UE, non potrà avvenire senza prima avere l'approvazione del Parlamento. La Commissione Europea e il Parlamento hanno adottato un approccio senza compromessi verso il processo di uscita, rifiutando qualsiasi accordo ulteriore sulla relazione tra il Regno Unito e l'Unione Europea in deroga all'applicazione formale dell'Articolo 50 del Trattato Europeo. È difficile comprendere quali saranno gli effetti di questo evento per l'industria automobilistica inglese e per l'economia in generale, che potranno essere influenzate da più elevati costi di produzione e da nuove regole di mercato, condizionate da probabili barriere doganali (PricewaterhouseCoopers).

La domanda di autoveicoli in Turchia cala dell'1%, ma resta positivo il dato delle autovetture, +3% su gennaio/giugno 2015; il comparto dei veicoli industriali invece risulta in calo del 12,4%. In Russia il mercato dei *light vehicle* registra una contrazione del 14%.

Nell'area Asia/Pacifico il mercato registra una crescita del 5,5% nella prima metà del 2016 e 22,14mln di autoveicoli venduti. I principali mercati hanno segno positivo con la sola eccezione del Giappone in calo del 4,8%. In Cina, a gennaio-giugno 2016, il mercato auto cresce del 9,2%. La domanda è sostenuta dagli sgravi fiscali previsti per le auto di piccola cilindrata e dalle condizioni facilitate per la concessione di crediti, misure comunque in scadenza a fine anno, che potrebbero determinare una corsa agli acquisti nell'ultima parte dell'anno. Nel mese di settembre 2016 si registra un incremento delle vendite di auto del 29%. Il boom di vendite, registrato a settembre, suggerisce, secondo CPCA (China Passenger Car Association) una diminuzione dello stock, un canale che potrebbe

dare impulso alla domanda nell'ultimo trimestre dell'anno. Il trend positivo continuerà per tutto il 2016, sostenuto anche dalla domanda di SUV (+54% a settembre e +45% nei primi 9 mesi 2016), che sta spingendo i costruttori locali cinesi ad aumentare la propria presenza in questo segmento. L'Associazione di categoria, CAAM (China Association Of Automobile Manufacturers), mantiene la sua previsione di crescita al 6% del mercato auto per il 2016. Se la tendenza sarà confermata nell'ultima parte dell'anno, il mercato auto potrebbe realizzare nel 2016 un nuovo record e avvicinarsi a 23mln di unità. Anche il mercato dei veicoli commerciali e industriali dovrebbe chiudere l'anno con un leggero incremento, con la sola eccezione del comparto autobus.

Nella prima metà del 2016 **nell'area NAFTA sono stati registrati oltre 10,55mln di autoveicoli nuovi**, +2,7% l'aumento sul 1° semestre del 2015. Negli USA, il mercato dei *light vehicle* registra un aumento dell'1,3% con 8,6mln di unità, mentre le immatricolazioni di FCA crescono del 6,4% con il 13,3% del mercato.

Nel 2016 la domanda di autoveicoli in America Latina risulterà ancora in flessione, con le eccezioni dei mercati di Argentina e Cile. **In Brasile la domanda registra nel 1° semestre 2016 una contrazione del 25%** con oltre 983mila nuove immatricolazioni, in particolare cala pesantemente la domanda di autocarri medi-pesanti (-31%) e di autobus (-41%). Nel 2016, in Brasile, il mercato risulterà in calo per il 4° anno consecutivo, con volumi attorno a 2,1mln di autoveicoli.

Nei prossimi 5 anni, dal 2016 al 2020, il mercato è previsto crescere del 2,8% (CAGR⁴) per le autovetture e dell'1,1% per il comparto dei veicoli commerciali leggeri, secondo le previsioni IHS (luglio 2016).

3.3.2 Produzione autoveicoli

Nel 2016 dovrebbe confermarsi il trend del 2015 e **la produzione dovrebbe superare i volumi del 2015, grazie soprattutto all'incremento produttivo della Cina**. Nei prossimi cinque anni (2016-2020) la produzione globale di *light vehicle* dovrebbe attestarsi su un tasso composto di crescita media annuo del 2,6% e **nel 2020 superare i 100mln di autoveicoli leggeri prodotti**. Il delta produttivo tra il 2016 e il 2020, secondo le stime IHS di luglio 2016, dovrebbe raggiungere quasi i 10mln di autoveicoli leggeri, il 71% dei quali rappresenterà un incremento produttivo nell'area BRIC, il 15% interesserà il Messico, il 10% i Paesi ASEAN e il 4% l'Iran.

4 Tasso di crescita annuale composto.

3.4 I trend evolutivi dell'industria automotive

Sono in atto grandi cambiamenti legati a una nuova cultura della mobilità per persone e merci, a standard normativi e regolamentari sempre più stringenti rispetto a sicurezza, ambiente, ad una domanda sempre più interessata alla tecnologia collegata a mobilità e servizi connessi, che diventerà un business interessante sia nei mercati saturi che in quelli emergenti. Tutte le principali case automobilistiche e i loro fornitori hanno abbracciato da tempo il concetto di efficienza energetica, facendone ormai una priorità negli ordini di macchine e impianti.

Il calo del prezzo dei prodotti petroliferi è sicuramente una variabile significativa di contenimento della bolletta energetica dei Paesi importatori e dei costi industriali per le imprese, e che favorisce la ripresa dei consumi dei carburanti, in contrazione negli ultimi anni, contribuendo alla ripresa del mercato. Rappresenta invece una variabile negativa per i Paesi esportatori di prodotti energetici. L'attenzione verso i veicoli ad alimentazione alternativa è crescente ovunque; si accompagna agli investimenti pubblici in infrastrutture, al sostegno del mercato dei veicoli elettrici, alle politiche di incentivazione finalizzate al contenimento delle emissioni nocive e al rinnovo del parco circolante, anche nei Paesi emergenti.

Nel 2015 i Paesi dell'Unione Europea e dell'EFTA registrano complessivamente oltre 640mila nuove immatricolazioni di autovetture ad alimentazione alternativa, in rialzo del 22% rispetto al 2014, secondo i dati diffusi da Acea, che considerano in tutto 25 Paesi. **In UE-EFTA le auto *eco-friendly*⁵ pesano per circa il 4,5% delle immatricolazioni totali di autovetture nel 2015, contro il 4% dell'anno precedente. L'Italia è il Paese che ha il mercato di auto a trazione alternativa più grande, che pesa per il 33% di tutte le auto *eco-friendly* immatricolate in UE-EFTA**, molto più rispetto alla Francia, al secondo posto, con una quota del 12,6%. A completare questa Top 5 troviamo al terzo posto il Regno Unito, con una quota di vetture *eco-friendly* dell'11,4%, seguita da Paesi Bassi (9,5%) e Germania (8,7%).

Nel 2015, **negli USA, le autovetture ad alimentazione ibrida o elettrica, calano del 14%**, totalizzando quasi 470mila immatricolazioni, di cui il 40% riguardano le varie configurazioni della Toyota Prius. Dello stesso andamento, il mercato dei *light trucks* ad alimentazione ibrida o elettrica (soprattutto SUV), il cui calo è del 13,3%, con circa 24.400 immatricolazioni (dati Ward's). **Anche in Giappone si assiste ad una diminuzione delle immatricolazioni di auto ibride e plug-in dell'8,6% e del 37,5% per le elettriche**. Le auto elettriche e ibride rappresentano oltre 1/5 del mercato giapponese.

5 Il dato include le ibride. Senza ibride scende al 3%.

In Cina, il mercato dei nuovi autoveicoli elettrici (*new energy vehicle*), che include quelli a batteria e gli ibridi plug-in, risulta nel 2015 pari ad oltre 331mila unità, ben 3,4 volte in più rispetto al 2014. In particolare, **i veicoli puri elettrici vedono aumentare le proprie immatricolazioni di 4,5 volte rispetto al 2014**, fino a raggiungere 247.482 unità e **le ibride plug-in aumentano del 180%**, fino a toccare quota 83.610. Per il solo segmento delle autovetture pure elettriche, sono state immatricolate in Cina 146.719 unità, triplicate rispetto all'anno precedente e le plug-in 60.663, 2,5 volte rispetto al 2014 (fonte CAAM in base alla rilevazione presso le proprie aziende associate).

La riduzione dei consumi e delle emissioni rappresenta da tempo una priorità nel processo produttivo dei costruttori di autoveicoli, che include anche i mezzi pesanti: l'autocarro Stralis di CNH, per esempio, è il primo veicolo per trasporti a lungo raggio a costituire un'alternativa reale, sostenibile ed economicamente vantaggiosa ai veicoli ad alimentazione tradizionale, con una capacità di oltre 1.000 litri di gas naturale liquefatto.

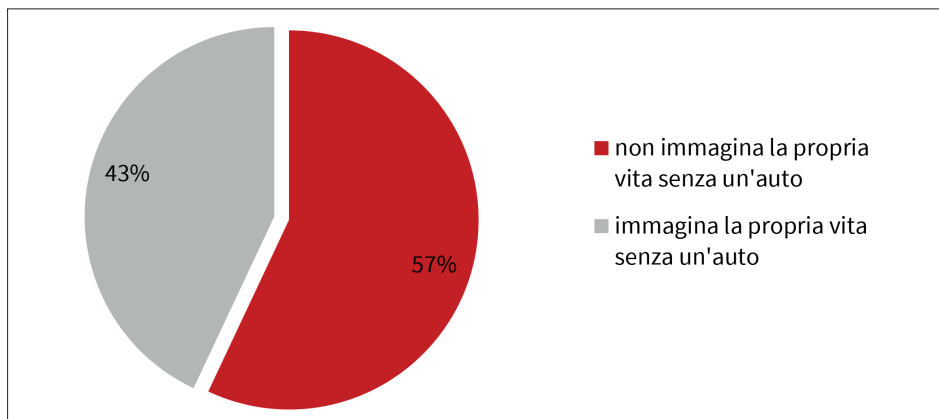
Una grande competizione è nata tra i grandi gruppi automobilistici tradizionali e i colossi *hi-tech* attorno alla produzione **dell'auto a guida autonoma**. Un prodotto che non solo potrà cambiare il modo con cui le persone effettuano i loro spostamenti, ma che ha effetti più generali per l'organizzazione sociale. La tecnologia è così avanti che la guida automatizzata è già una realtà e richiede di rendere attuali le norme che riguardano i requisiti tecnici dei nuovi veicoli e la circolazione su strada, nell'ambito di un quadro normativo armonizzato tra i Paesi. Gli investimenti in questa direzione sono enormi: Germania e Giappone, due Paesi grandi produttori di automobili, dove l'industria automobilistica rappresenta un pilastro fondamentale dell'economia, sono in prima linea nella competizione globale estesa a colossi come Google e Apple, i quali a loro volta fanno accordi con molti fornitori dell'industria automobilistica. L'auto a guida autonoma può rappresentare la svolta epocale per la mobilità nelle nostre città: potrà essere programmata per più spostamenti nell'arco della giornata, consentirà di trasportare qualsiasi persona (giovane o anziana, con o senza patente, abile o disabile), ridurrà gli incidenti stradali, il traffico e i tempi morti dovuti agli ingorghi, le emissioni nocive, libererà le persone dall'impegno della guida e lascerà loro la possibilità di fare altro.

Quanti e quali cambiamenti produrrà quindi la diffusione dell'auto che si guida da sola nella nostra società? Aumenteranno le persone che viaggeranno in auto? Sarà privilegiato l'utilizzo e quindi la condivisione dell'auto rispetto al suo possesso? Senza lo stress della guida, si preferiranno le auto anche nei viaggi lunghi? Aumenteranno o diminuiranno le auto in circolazione? Non mancano nemmeno i problemi etici e giuridici sulla responsabilità in caso di incidente con l'auto senza conducente.

3.4.1 Guidare l'auto ha davvero perso il suo fascino?

Secondo lo studio commissionato da OICA⁶ alla società TNS, sull'immagine e sulla reputazione dell'industria mondiale dell'auto, è emerso che **il 57% degli intervistati non immagina la propria vita senza un'auto.**

Figura 8 Indagine OICA sull'immagine e reputazione dell'industria mondiale dell'auto



Studio condotto da TNS per OICA, aprile 2015

Per gli spostamenti quotidiani, l'auto non ha rivali rispetto agli altri mezzi (moto, trasporto pubblico su gomma), in termini di comfort ed efficienza. **Dal punto di vista emozionale**, al top delle immagini associate all'automobile risultano:

- l'emozione del possesso della prima auto e il piacere di avere un'auto propria;
- il piacere suscitato dalla vista di una bella auto;
- l'auto è una delle più grandi conquiste dell'umanità;
- spostarsi in auto risulta il modo più efficiente di muoversi
- l'auto è un simbolo di libertà personale e generale.

Secondo l'opinione pubblica, l'industria dell'auto ha una forte capacità di affrontare le sfide del futuro, puntando sulla innovazione e sulla ricerca, sulla capacità di adattare i prodotti ai bisogni dei consumatori, perseguendo l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone. Auto e industria escono dall'indagine con una buona immagine e reputazione.

⁶ Lo studio ha riguardato 18 Paesi con 14mila interviste.

L'indagine,⁷ riportata sul sito di OICA è stata condotta prima dello scandalo del **dieselgate**.

Negli Stati Uniti, lo scandalo dell'aggiramento delle norme anti-smog, che ha pesantemente coinvolto il marchio Volkswagen nell'ultima parte dell'anno 2015, segna negativamente anche l'andamento delle vendite di autovetture del brand tedesco nei primi sei mesi del 2016: -20%. È recentissimo l'annuncio ufficiale dell'indennizzo di 14,7mld di dollari che la casa di Wolfsburg pagherà ai clienti statunitensi per il riacquisto delle auto coinvolte nel *dieselgate*. Non è prevista un'analogha procedura per i clienti europei.

Intanto in Italia, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha sanzionato il Gruppo Volkswagen per 5mln di € per manipolazione del software di controllo delle emissioni inquinanti. La condotta di Volkswagen è stata ritenuta scorretta poiché gravemente contraria agli obblighi di diligenza professionale e idonea a indurre i consumatori a una scelta economica che non avrebbero fatto se consapevoli delle reali caratteristiche dei veicoli acquistati. L'Autorità ha ritenuto tale condotta scorretta ai sensi del Codice del Consumo (comunicato stampa Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 8 agosto 2016).

Secondo le rilevazioni dell'*European Environment Agency*, **il settore dei trasporti stradali contribuisce per un quinto alle emissioni complessive di gas serra e di inquinanti nell'Unione Europea**. La misurazione delle emissioni inquinanti è piuttosto complessa e sono molti i fattori determinanti per quantificare i valori emissivi, da qui nasce il gap tra i risultati determinati in laboratorio e quelli sulla strada. Il test di laboratorio utilizzato oggi, il *New European Driving Cycle* (NEDC), risponde alla normativa europea che stabilisce gli standard che tutti i costruttori e altri player interessati devono rispettare. Il test progettato nel 1980 (e impiegato dagli anni Novanta) risulta oggi datato. Consapevole dei limiti di questo test, di cui si è discusso moltissimo in questi mesi, l'industria automotive ha contribuito attivamente allo sviluppo del nuovo test, il *Worldwide Harmonised Light Vehicle Test Procedure* (WLTP). Il **nuovo test** considererà più fattori che risultano incidenti sui valori emissivi finali, i quali risulteranno maggiormente coerenti con le quantità di emissioni di anidride carbonica e degli inquinanti che si riscontrano nell'uso quotidiano dei veicoli. In aggiunta al nuovo test di laboratorio, sarà introdotta una **procedura complementare**, denominata *Real Driving Emissions* (RDE) che determinerà le emissioni di inquinanti anche sulla strada, in condizioni quindi il più possibile aderenti alla realtà. Con questa normativa, **l'Europa sarà la prima regione al mondo ad adottare, nel calcolo delle**

⁷ <http://www.oica.net/wp-content/uploads//FINAL-OICA-press-release-EN-2015-09-30-Liens.pdf>.

emissioni dei veicoli, un approccio basato, anziché soltanto sul ciclo omologativo, anche sulle condizioni di guida reali.

L'innovazione tecnologica rappresenta quindi un fattore di costo importante per l'industria automotive in termini di investimenti in ricerca e sviluppo (R&S). **In questa direzione molti player globali guardano a relazioni sempre più strette con brand del settore dell'Information and Communication Technology (ICT), come fornitori indispensabili per il futuro dell'auto.** L'industria automotive è alla ricerca di soluzioni mirate ad una maggiore efficienza. Le mutate esigenze di mobilità hanno infatti portato gli attori dell'industria a ripensare il loro modello di business e la loro organizzazione, guardando all'interazione completa con i fornitori.

Certamente le innovazioni tecnologiche messe in campo producono già i loro effetti positivi, in termini di sicurezza attiva e passiva. Interessante per esempio l'esperimento **European Truck Platooning Challenge**, effettuato su alcune strade europee. L'evento è stato voluto dalla presidenza olandese dell'Unione Europea per promuovere una mobilità delle merci su gomma più sostenibile e più sicura. Il *Platooning* consiste nell'aver due o più camion, uno dietro l'altro, riducendo la distanza fra i due grazie a **sistemi di comunicazione vehicle to vehicle**. Il primo camion guida il secondo o anche il terzo, si riduce la distanza tra i truck, si riduce il carico aerodinamico, si aumenta l'efficienza e si riducono i consumi. Inoltre la guida autonoma è un importante *device* per migliorare anche la sicurezza stradale e ridurre il numero di incidenti.

Anche il trasporto collettivo su gomma si innova e il **'bus del futuro'** esiste già: si tratta di un mezzo che aspira a portare la tecnologia dell'*autonomous driving* nel servizio pubblico urbano. Sperimentato sulle strade urbane di Amsterdam, viaggia su una corsia preferenziale, telecamere e radar sono collegati ad un Gps e ad un sistema Wi-Fi in costante contatto con le infrastrutture e le banche dati del traffico aggiornate in tempo reale, secondo il principio **V2I (Vehicle-to-Infrastructure)**. Nell'esperimento il conducente resta a bordo, necessario per la normativa attuale, che non prevede il sistema di guida autonoma. Il bus sperimentato è stato sviluppato da Mercedes-Benz. Un'altra soluzione sperimentata in Cina per decongestionare le strade è il **Transit Elevated Bus (TEB)**, ossia un bus sopraelevato in grado di muoversi su binari e di trasportare 1.200 passeggeri e di muoversi fino a 65 km/h grazie ad una propulsione elettrica e all'energia solare immagazzinata dai pannelli installati sopra il tetto.

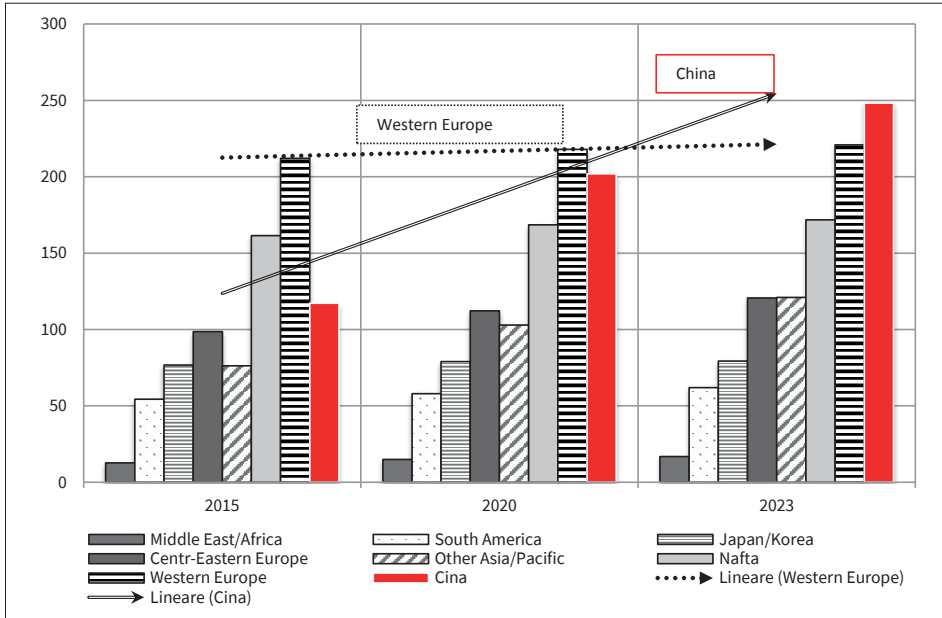
4 Parco mondiale autovetture

La popolazione mondiale nel 2015 è cresciuta di 1 miliardo di abitanti rispetto al 2003 e di 2mld rispetto al 1990. Il 12,3% della popolazione mondiale ha più di 60 anni e nel 2050 salirà al 21,6%, ma oggi in Europa gli over 60 sono già il 24% della popolazione e diventeranno il 34% nel 2050. Nei Paesi dell'Area Euro questo aspetto avrà un impatto importante, perché crescerà in modo significativo il numero delle persone con 65 anni e oltre, prevalentemente in pensione, rispetto a quelle in età da lavoro (15-64 anni) e l'età media della forza lavoro aumenterà, la percentuale di addetti tra i 55-64 anni è prevista incrementare di 1/3 nei prossimi 20 anni, passando dal 15 al 20%. **La popolazione mondiale è prevista attestarsi tra i 9,4 e i 10mld nel 2050.**

Crescita economica e demografica, determineranno un **aumento della motorizzazione** nei Paesi emergenti, in particolare quelli con economie ormai consolidate come Cina e Brasile. I ceti medi dei Paesi BRIC nel 2015 rappresentano un terzo della classe media mondiale, mentre la classe media dell'Asia nel 2030 sarà il 64% della classe media mondiale, con consumi che peseranno per il 40%. Pur crescendo la classe media mondiale, che è prevista raddoppiare entro il 2030, la maggioranza della popolazione resterà in condizioni di povertà o vulnerabilità.

Il grafico sull'evoluzione del parco autovetture evidenzia la **crescita esponenziale di auto in Cina** entro il 2023, seguita da un aumento della densità autoveicolare in Sud America e nel Sud Est Asiatico, escluso Giappone/Corea. Nel 2015 il parco auto della Cina pesa sul totale mondo per il 14,5% ed è previsto crescere al 24% entro il 2023. Nel 2015 circola **in Europa il 39% della flotta auto globale**, che scenderà al 32,8% nel 2023.

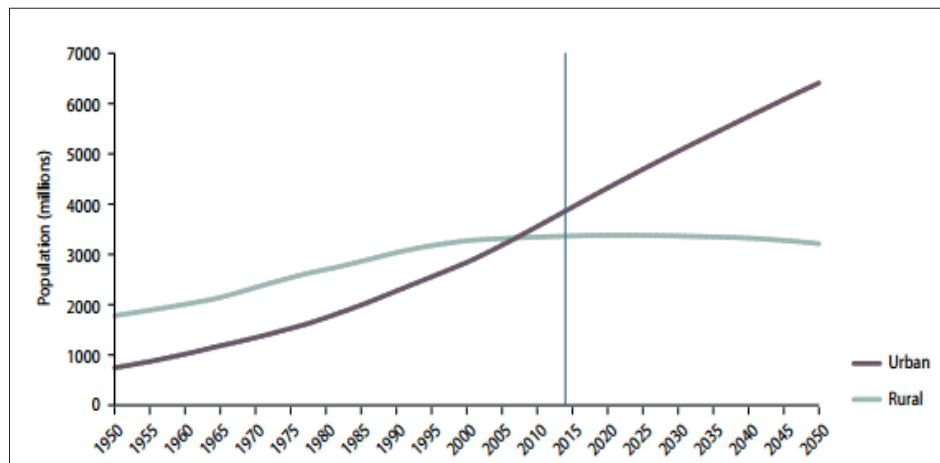
Figura 9 Parco mondiale autovetture (trend 2015-2023, milioni di unità)



Fonte: IHS

Nel mondo **motorizzazione diffusa e mobilità sostenibile** dovranno provare ad andare di pari passo. La congestione del traffico, l'inquinamento acustico e dell'aria, il fenomeno della 'diffusione' urbana (*urban sprawl*), così come l'esclusione sociale e la sicurezza stradale, sono tutte sfide che si pongono sul cammino di uno sviluppo urbano più sostenibile. **Il traffico congestionato non è solo un fastidio per gli utenti della strada, ma comporta anche un enorme spreco di carburante e di produttività.**

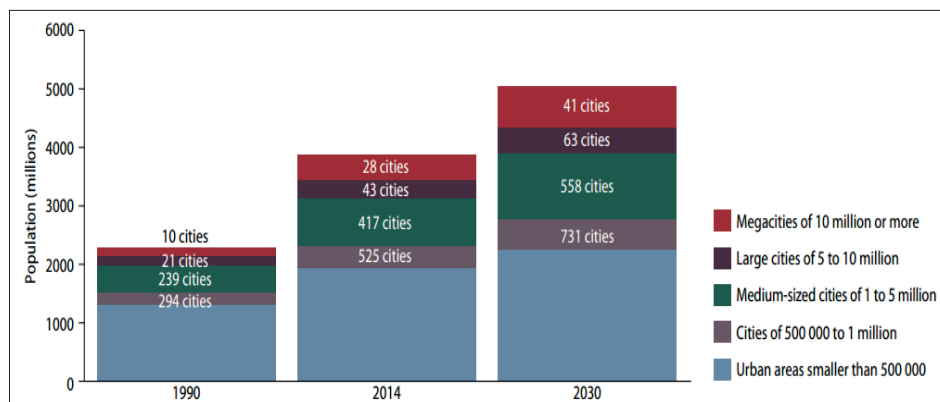
Figura 10 Evoluzione della popolazione urbana e rurale mondiale (1950-2050)



Fonte: Nazioni Unite 2014

La crescita della popolazione urbana mondiale è proporzionale alla crescita delle città di tutte le dimensioni.

Figura 11 Crescita dimensionale delle città (1990-2030)



Fonte: Nazioni Unite 2014

La densità autoveicolare mondiale è cresciuta del 25% rispetto al 2005, nel mondo circolano 180 veicoli per 1.000 abitanti. **La densità automobilistica nell'UE è molto alta: 574 autoveicoli per 1.000 abitanti** (dato OICA 2014), +67% rispetto al 2005. La flotta in UE è di circa 253mln di autovetture e 38mln di veicoli commerciali e industriali. **L'età media delle**

autovetture circolanti nei Paesi UE è di 9,7 anni, secondo le stime IHS, mentre era di 8,4 anni nel 2007. Il 41% delle autovetture circolanti in UE ha alimentazione diesel e solo il 5,5% usa carburanti alternativi.

L'età media dei *light vehicle* negli Stati Uniti è di 11,7 anni nel 2015 (stima IHS). L'invecchiamento del parco è stato determinato da un basso tasso di sostituzione negli ultimi anni; i provvedimenti di radiazione nel 2014 hanno riguardato più di 11mln di *light vehicle*, pari al 4,4% del parco, in calo rispetto agli 11,5mln del 2013 e al livello record di 14mln di veicoli rottamati del 2012. Negli USA le autovetture circolanti sono il 45% del parco totale.

Alcune città europee, come Parigi, Londra, Monaco di Baviera, Barcellona, Berlino, hanno introdotto significativi esempi di **piani per il trasporto urbano sostenibile** legati alla mobilità urbana sostenibile e i cui effetti saranno visibili tra 10-15 anni. Vanno in questa direzione i progetti per le '**Smart cities**', le città intelligenti che nascono da un'iniziativa promossa dall'UE con l'obiettivo di coniugare in un unico modello urbano tutela dell'ambiente, efficienza energetica e sostenibilità economica, e di migliorare quindi la qualità della vita delle persone che vi abitano. L'efficacia strategica di questo modello dipende da un elevato grado di innovazione sociale basata su nuove tecnologie.

I Paesi asiatici, in rapida crescita, devono anch'essi affrontare i problemi derivanti dalla gigantesca urbanizzazione di massa e programmare lo sviluppo sostenibile delle grandi metropoli, in grado di ridurre l'inquinamento, preservare la salute dei cittadini, garantire la crescente domanda di mobilità di persone e merci e assicurare la domanda di energia che questa organizzazione urbana richiede. Molti Governi dei Paesi asiatici hanno lanciato ormai da qualche anno piani di investimento sulla produzione di veicoli elettrici/ibridi, di sostegno e/o promozione dei veicoli con bassi livelli di emissione di CO₂ e di consumo di carburanti. Tali misure attirano l'interesse di molti costruttori (in particolare giapponesi), che in alcuni Paesi del Sud-Est asiatico progettano di costruire stabilimenti per la produzione di veicoli elettrici e ibridi.

L'Africa è spesso vista come una delle ultime frontiere della crescita del settore automotive. L'Africa è geograficamente vicino all'UE e all'Italia, una realtà interessante che presenta tassi di crescita economica piuttosto alti, nonostante il rallentamento di questi ultimi anni. L'Africa presenta aree e regioni con livello di sviluppo e stabilità politica molto differenti, su cui sia le istituzioni mondiali sia l'Unione Africana stanno investendo con programmi a breve, medio e lungo termine, con l'obiettivo di accelerare la crescita del continente e sfruttare le potenzialità del progresso tecnologico per trasformare la società e migliorare la vita degli africani. **Secondo i dati riportati dalla Banca Africana di Sviluppo, il processo di inurbamento che sta avvenendo nel continente africano**

porterà, entro il 2050, due terzi della popolazione ad abbandonare le campagne per vivere in città. Nel 2015, la popolazione urbana era costituita da 472mln di abitanti, il doppio rispetto al 1995. Tuttavia, a tale processo non sta seguendo un piano di urbanizzazione e di investimenti adeguato, con due terzi degli investimenti infrastrutturali previsti entro il 2050 ancora da avviare.

5 Focus Europa

Sommario 5.1 19mln di nuovi autoveicoli immatricolati in Europa nel 2015, il 18% in meno del 2007. – 5.2 Gli autoveicoli ‘made in Europe’. – 5.3 Trend 2016. – 5.3.1 Mercato autoveicoli. – 5.3.2 Produzione autoveicoli.

5.1 19mln di nuovi autoveicoli immatricolati in Europa nel 2015, il 18% in meno del 2007

Nel 2015 sono stati venduti in **Europa 18,97mln di autoveicoli** (+2,3% sul 2014), così ripartiti: 16,35mln di autovetture (+1,4%), 2,61mln di veicoli industriali leggeri e pesanti (+7,9%). Nel 2015 le vendite di autoveicoli in Europa sono il 18% in meno dei volumi del 2007.

Nel 2015 il mercato continentale degli autoveicoli è stato contraddistinto da una crescita dei volumi nell’area dell’Unione Europea allargata (+9,6%) e Turchia (+25%), e dalle flessioni dei mercati di Russia (-44,5%) e resto dell’Europa (-33%). Il mercato europeo degli autoveicoli nel suo complesso pesa per il 21,2% del mercato mondiale e quello UE-EFTA per il 18,3%.

Tabella 5 Europa, vendite autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)

volumi	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Autovetture	19,588	18,767	16,612	16,513	17,181	16,199	15,953	16,119	16,352
Veicoli comm.e ind.	3,479	3,135	2,067	2,348	2,617	2,459	2,400	2,423	2,614
Totale	23,067	21,901	18,679	18,861	19,798	18,658	18,353	18,542	18,966
var. %		2008/07	2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12	2014/13	2015/14
Autovetture		-4,2	-11,5	-0,6	4,0	-5,7	-1,5	1,0	1,4
Veicoli comm.e ind.		-9,9	-34,0	13,6	11,4	-6,0	-2,4	1,0	7,9
Totale		-5,1	-14,7	1,0	5,0	-5,8	-1,6	1,0	2,3

Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Tabella 6 UE/Efta, vendite autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)

volumi	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Autovetture	16,117	14,857	14,537	13,844	13,656	12,575	12,355	13,026	14,228
Veicoli comm.e ind.	2,774	2,526	1,706	1,842	2,020	1,778	1,790	1,923	2,160
Totale	18,891	17,382	16,242	15,685	15,676	14,353	14,145	14,950	16,388
var. %		2008/07	2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12	2014/13	2015/14
Autovetture		-7,8	-2,2	-4,8	-1,4	-7,9	-1,8	5,4	9,2
Veicoli comm.e ind.		-9,0	-32,5	8,0	9,7	-12,0	0,7	7,4	12,3
Totale		-8,0	-6,6	-3,4	-0,1	-8,4	-1,4	5,7	9,6

Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Nel 2015 in **UE+EFTA** le nuove registrazioni di **autovetture** sono state 14,23mln unità, il 9,2% in più rispetto al 2014, ma il 12% in meno rispetto al 2007, pari ad un calo di immatricolazioni di 1,9mln autovetture. Nel 2015 nei Paesi UE sono state vendute 27 nuove autovetture ogni 1.000 abitanti (31 auto ogni 1.000 abitanti residenti in UE15 e 10 in UE13 per 1.000 abitanti), con differenze molto marcate che oscillano da 81 auto in Lussemburgo a 3 in Bulgaria. In Italia il rapporto è di 26 auto immatricolate ogni 1.000 abitanti.

I **cinque 'major market'¹ dell'Unione Europea** hanno totalizzato 10,37mln di nuove immatricolazioni di auto (+8,8%). Complessivamente questi mercati rappresentano il 73% del mercato complessivo UE28+EFTA e il 63% del mercato continentale. I mercati delle autovetture di Francia, Italia e Spagna risultano al di sotto dei volumi record conseguiti nel 2007, mentre Germania e UK registrano volumi in crescita rispettivamente dell'1,8% e del 9,5%.

Tabella 7 Mercato autovetture *major markets* (2007-2015, migliaia di unità)

volumi	2007	2010	2011	2012	2013	2014	2015	var. % 15/14	var. % 15/07
GERMANIA	3.148,2	2.916,3	3.173,6	3.082,5	2.952,4	3.036,8	3.206,0	5,6%	1,8%
UK	2.404,0	2.030,8	1.941,3	2.044,6	2.264,7	2.476,4	2.633,5	6,3%	9,5%
FRANCIA	2.109,7	2.251,7	2.204,2	1.898,8	1.790,5	1.795,9	1.917,2	6,8%	-9,1%
ITALIA	2.494,1	1.962,0	1.749,5	1.403,3	1.304,8	1.360,8	1.575,9	15,8%	-36,8%
SPAGNA	1.614,8	982,0	808,1	699,6	722,7	855,3	1.034,2	20,9%	-36,0%

Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

1 Germania, UK, Spagna, Francia e Italia.

Nell'area UE13 il mercato autovetture del 2015 presenta volumi in crescita del 12,4%, ma ancora inferiori del 20% rispetto al 2007. Se da un lato il mercato non ha ancora recuperato in termini di volumi rispetto ai livelli precrisi e il tasso di motorizzazione è al di sotto di quello dei Paesi dell'Europa Occidentale, dall'altro è cresciuta invece la capacità produttiva di alcuni Paesi dell'area, in particolare della Repubblica Ceca e della Slovacchia, dove il settore dell'auto è diventato un pilastro dell'economia. Nel 2015, secondo la **segmentazione**, il mercato UE (escluso EFTA) risulta così ripartito: *small* (A+B) 31%; *lower medium* (C) 22%; *upper medium* (D) 10%; *luxury* (F) 3%; **SUV 23%** e MPV 11%.

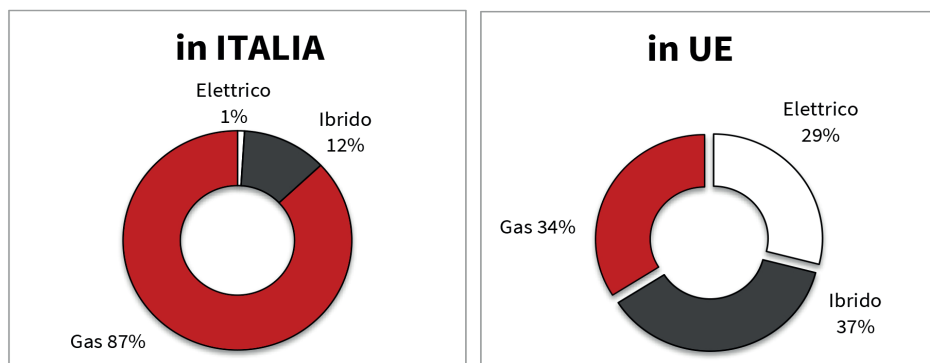
Secondo l'**alimentazione**, il mercato delle **auto diesel** in UE (escluso EFTA) rappresenta il 51,6% del totale nuovo immatricolato nel 2015 (era il 54,9% nel 2012). In alcuni Paesi europei le quote delle vendite di auto diesel sono molto alte, anche se in calo: Irlanda (71%), Lussemburgo (70%), Portogallo (68%), Grecia e Spagna (63%). In **Francia** il mercato delle auto diesel è passato dalla quota del 63,8% del 2014 al 57,2% del 2015 (6,6 punti in meno in un anno); nel 2012 le auto diesel rappresentavano il 72,9% di tutto il mercato auto francese. Nell'Unione Europea il mercato delle vetture a benzina pesa invece per il 45,4% (era il 43% nel 2012). Le vendite di auto ad alimentazione alternativa² conquistano il 3% del mercato (era il 2,2% nel 2012). L'**Italia** è il Paese dell'UE-EFTA con il volume maggiore di vetture a trazione alternativa, 211mila (grazie al contributo delle vendite di autovetture a gas) davanti alla Francia, oltre 80mila, che è diventato il secondo Paese dell'UE (grazie invece alle vetture elettriche e ibride), seguita da Regno Unito e Paesi Bassi. Nel 2015, in termini di quota rispetto al proprio mercato sono i Paesi Bassi ad avere la quota di auto a trazione alternativa più alta, il 13,5%, seguita dall'Italia con il 13,4%, ma è la Norvegia che con il 29,6% di auto *green* conquista il primo posto in Europa. I Paesi dell'Unione Europea allargata nel totale 2015 registrano complessivamente 640mila nuove immatricolazioni di autovetture ad alimentazione alternativa, in rialzo del 22% rispetto al 2014, secondo i dati diffusi da Acea, che considerano in tutto 25 Paesi. L'Italia è il Paese che ha il mercato di auto a trazione alternativa più grande, che pesa per il 33% di tutte le auto *eco-friendly* immatricolate in UE-EFTA, molto più rispetto alla Francia, al secondo posto, con una quota del 12,6%. A completare questa Top 5 troviamo al terzo posto il Regno Unito, con una quota di vetture *eco-friendly* dell'11,4%, seguita da Paesi Bassi (9,5%) e Germania (8,7%).

Nel 2015, sono state immatricolate, in UE+EFTA, 186.170 autovetture elettriche (*BEV, plug-in, extended-range*), il 101% in più rispetto al 2014. Tra i maggiori mercati, l'aumento più consistente è stato quello dei Paesi

2 Dato EEA, pubblicato su ACEA Pocket Guide 2016/2017, include: elettrico, GPL, CNG, etanolo (E85), biodiesel e plug-in ibridi, esclude ibridi.

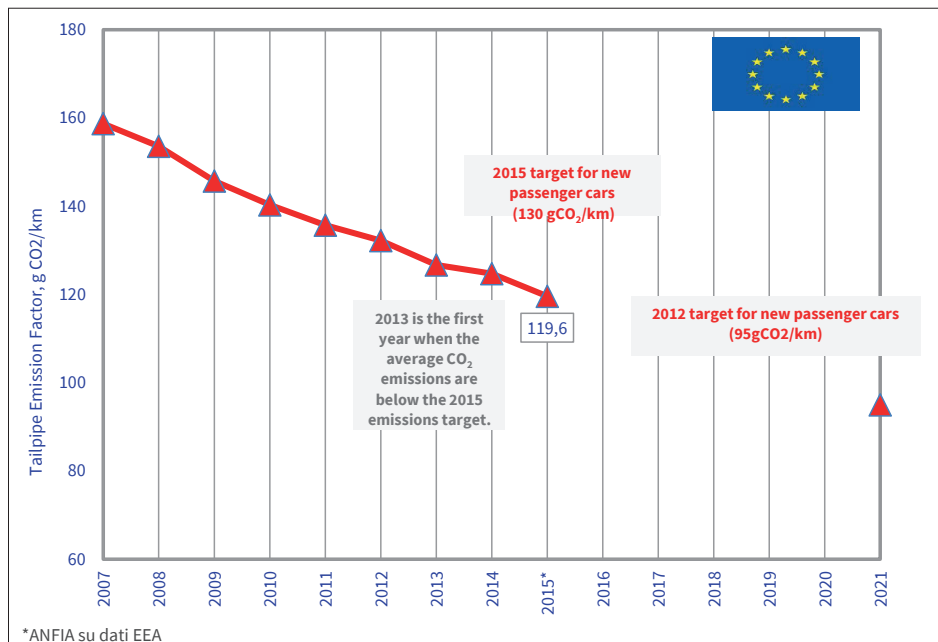
Bassi, con una crescita del 193%, che porta questo mercato ad essere il primo in Europa con 43.441 immatricolazioni, seguito dalla Norvegia, dove le immatricolazioni ammontano a 33.721 (+71% sul 2014).

Figura 12 Italia/Unione Europea, mercato auto ad alimentazione alternativa (2015, valori %)



Secondo i dati preliminari pubblicati dall'*European Environment Agency*, determinati sul monitoraggio finora fatto con il test NEDC, le nuove vetture immatricolate nel 2015 emettono mediamente 3,8 g/km di CO₂ in meno rispetto a quelle vendute nel 2014 e 10 g/km di CO₂ in meno rispetto al target fissato per il 2015 (130 g/km). Dal 2010 (140,3 g/km) le emissioni medie di CO₂ si sono ridotte di 20,7 g/km. L'Unione Europea ha raggiunto l'obiettivo già nel 2013, 2 anni prima del termine fissato.

Nel 2015 l'emissione media di CO₂ delle nuove autovetture registrate è stata di 119,6 grammi per chilometro. Solo Estonia e Lettonia (137 g/km) risultano ancora su livelli medi superiori al target, mentre tutti gli altri Paesi dell'Unione lo hanno già raggiunto. I Paesi Bassi, con una media di 101,2 g/km di CO₂, hanno raggiunto il livello emissivo più basso tra i Paesi dell'Unione. I costruttori dovranno ridurre ulteriormente le emissioni di CO₂, per raggiungere il secondo obiettivo fissato in 95 g/km entro il 2021.

Figura 13 Unione Europea, emissioni medie CO₂ delle vetture nuove immatricolate (g/km)


Nell'area UE-EFTA il mercato dei **veicoli commerciali leggeri** ha registrato un incremento del 11,7% nel 2015, con 1,78mln di unità vendute, un volume inferiore del 22% a quello pre-crisi del 2007 (2,28mln di unità). I veicoli leggeri come le autovetture e i furgoni, sono una delle principali fonti di inquinamento atmosferico e producono circa il 15% delle emissioni di anidride carbonica (CO₂) dell'Unione Europea. Secondo i dati preliminari pubblicati dall'*European Environment Agency*, l'emissione media di CO₂ dei nuovi VCL immatricolati nell'UE diminuisce appena di 1 grammo per chilometro nel 2015 rispetto all'anno prima. **La media delle emissioni dei nuovi van venduti è stata di 168,2 g/km di CO₂.** Le emissioni sono tuttavia al di sotto del target fissato dall'UE per il 2017 di 175 g/km, già raggiunto nel 2013. L'UE ha fissato un secondo obiettivo più stringente a 147 g/km di CO₂ per il 2020.

La media annua degli **autocarri medi-pesanti**, venduti dal 2011 al 2015, è stata di circa 312mila veicoli, quasi il 30% in meno del 2007. Nel 2015 le immatricolazioni di autocarri medi-pesanti hanno raggiunto le 336mila unità con un incremento del 15% sul 2014. Il mercato degli autocarri ha subito un pesantissimo ridimensionamento con la crisi economico-industriale europea. Sono diminuiti i consumi finali, l'approvvigionamento delle industrie, la distribuzione di prodotti finiti, che hanno enormemente influito sul rinnovo delle flotte. Il calo delle immatricolazioni di autocarri medi-pesanti è stato molto più pesante in Italia e in Spagna (con volumi

dimezzati rispetto al 2007). La Germania è il primo mercato dell'Unione allargata, seguita da UK, che ha superato la Francia, mentre Polonia e Spagna si contendono il quarto posto.

Il comparto dei soli **autocarri pesanti**, con ptt uguale o superiore a 16mila kg, ha totalizzato oltre 261mila nuove registrazioni nel 2015 (+18%), la metà vendute in soli tre Paesi: Germania, Francia e UK. Buon recupero della Spagna (+38,7%), anche se, come in Italia, dal 2009 il mercato si è più che dimezzato; la Polonia è il quarto mercato dell'Unione Europea allargata, dopo Germania, Francia e UK. Quasi l'80% dei veicoli industriali immatricolati nell'area UE-EFTA riguarda gli autocarri pesanti.

Secondo dati Eurostat, il **traffico merci su strada nel 2014** registra un recupero dello 0,4% sul 2013, con 1.725mld di tkm movimentate da camion e rimorchi. Si tratta comunque di un volume inferiore a quelli del 2010 e del 2011. La quota del trasporto merci su strada, pur rimanendo stabile nel corso dell'ultimo decennio, ha subito una pesante riduzione in termini di tonnellate-km rispetto ai livelli del 2007 (-10,4%).

In aumento la quota di trasporto internazionale (compreso il trasporto di transito), che nel 2014 pesa per il 35,5% del totale movimentato in tkm. La quota di trasporto internazionale è aumentata nell'ultimo decennio, passando dal 30% del 2004 al 35,5% del 2014, un aumento che riflette l'effetto del mercato unico europeo. Circa il 78% dei trasporti internazionali è effettuato da trasportatori immatricolati in uno dei Paesi tra i quali avviene il trasferimento delle merci; il restante 22% è effettuato da trasportatori di un terzo Paese nel quadro di operazioni di transito, il segmento di mercato in più rapida crescita degli ultimi dieci anni. Il trasporto internazionale impiega soprattutto i mezzi più pesanti, su distanze più lunghe e ha una quota di viaggi a vuoto inferiore al trasporto nazionale. **Secondo dati preliminari Eurostat, nel 2015 il traffico merci nei Paesi UE è stimato in aumento, attorno all'1,4% sul 2015.**

Il mercato degli **autobus** (con ptt superiore a 3.500 kg) risulta in crescita del 14,7%, con 39.600 nuove immatricolazioni. Tra i *major market*, è l'Italia il Paese dove si immatricolano meno autobus nuovi, a dispetto della vetustà del parco.

In **Russia**, nel 2015, con oltre 1,4mln di autoveicoli, il mercato russo ha subito una flessione del 44,5% sul 2014, che risultava già in calo del 13,5% sul 2013. Le vendite di autovetture hanno fatto registrare una contrazione del 45% rispetto al 2014 con circa 1,28mln di unità vendute. La crisi con l'Ucraina e le sanzioni che ne sono scaturite da parte di UE-USA nei confronti della Russia, hanno aggravato una tendenza al ribasso dell'economia russa i cui segnali erano già visibili prima della crisi tra i due Paesi. Si aggiungono la marcata volatilità del rublo e il suo forte deprezzamento, la diminuzione del prezzo del petrolio che incidono pesantemente sull'economia. Il FMI ha stimato una variazione negativa del PIL per il 2016 dello 0,8% e una variazione positiva per il 2017 dell'1,1%.

In **Turchia** il mercato autovetture cresce del 23,5% nel 2015 con 725.596 nuove registrazioni, dopo aver chiuso l'anno 2014 con un calo dell'11,6% e poco più di 587mila vendite. La domanda di veicoli commerciali e industriali cresce del 29,7% con 286mila immatricolazioni.

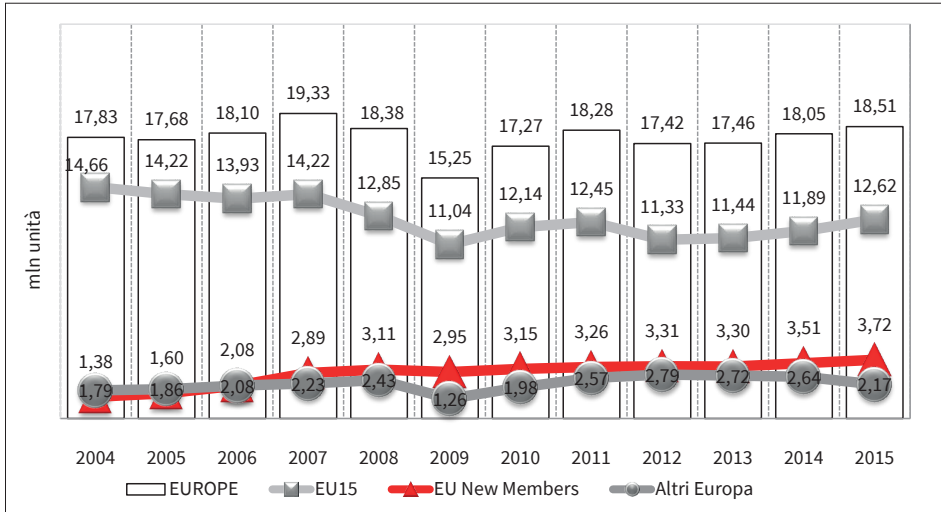
5.2 Gli autoveicoli 'made in Europe'

La **produzione di autoveicoli in Europa ha totalizzato 21,46mln di unità nel 2015** (il 23,6% della produzione mondiale), il 3,7% in più del 2014. In Unione Europea, la produzione di autoveicoli impiega 2,3mln di addetti diretti e 807mila addetti indiretti nella filiera produttiva. Tutto il settore automotive, incluse le attività di commercio, servizi, trasporto e costruzione di infrastrutture dà lavoro a 12,2mln di persone (dati 2013, ACEA). Operano 296 stabilimenti di produzione e assemblaggio di autoveicoli in 26 Paesi dell'UE per un totale di 18,5mln di autoveicoli prodotti (16,34mln le autovetture), di cui oltre 6mln esportati fuori dai confini dell'area, che generano un saldo commerciale positivo di oltre 100mld di € (Eurostat, dati 2015). La Germania è il primo Paese produttore dell'UE e del continente con oltre 6,1mln di autoveicoli prodotti, seguita dalla Spagna (2,7mln) e dalla Francia (2mln). **Tra i nuovi Paesi membri dell'Unione Europea si evidenziano le produzioni di: Repubblica Ceca, 1,3mln di autoveicoli, e Slovacchia, 1mln.**

Il 68% delle autoveicoli prodotti in Europa esce dagli stabilimenti localizzati nell'area dell'UE15 (da sola la Germania detiene circa il 29% della produzione autoveicolare europea); il 18% è prodotto nei Paesi nuovi membri UE e il 14% dal resto dei Paesi europei. Germania e Spagna sono tra i primi dieci Paesi produttori di autoveicoli nel mondo, rispettivamente al 4° e all'8° posto. La Turchia, è diventato un importante sito produttivo, gli autoveicoli prodotti nel 2015 sono stati 1,36mln (+16% sul 2014), in gran parte destinati all'export. Molti costruttori hanno delocalizzato qui le loro produzioni, utilizzando il Paese come base per le loro esportazioni, grazie alla posizione strategica di ponte tra Medio-Oriente, Europa e Africa, fattore che attrae anche investimenti esteri da parte dei maggiori produttori di componenti.

In Europa le **autovetture** prodotte sono state 18,5mln, +2,6% sul 2014, ma ancora al di sotto dei volumi del 2007 (-4%), anno record di produzione con oltre 19,3mln di unità. Nel 2009, la crisi finanziaria ed economica globale ha colpito pesantemente l'Europa Occidentale e la Russia, le cui produzioni hanno registrato rispettivamente i crolli del 14% e del 59% rispetto al 2008.

Figura 14 Europa, produzione autovetture (2004-2015, milioni di unità)



Fonte: ANFIA

L'andamento produttivo nei nuovi Paesi membri è stato decisamente più lineare, con un calo del 5% nel 2009 sul 2008, mentre dal 2010 al 2013 risulta in costante, anche se leggera, crescita. Nel 2015, in Germania sono state prodotte 5,7mln di autovetture (+1,9% sul 2014), in Francia 1,55mln (+3,6%), in Spagna 2,2mln (+16,9%), nel Regno Unito 1,59mln (+3,9%) e 663mila in Italia (+65%). In Russia la produzione di auto è precipitata a 1,21mln di unità da 1,68mln del 2014, in calo del 28%.

Le vetture prodotte in Europa rappresentano il 27% della produzione mondiale.

I **veicoli commerciali leggeri** prodotti in Europa nel 2015, secondo i dati di OICA, sono stati 2,4mln +14,5% sul 2014, con uno share del 13% sulla produzione mondiale. Il 74% dei VCL prodotti in Europa proviene da stabilimenti dell'area UE (+13% sul 2013), il resto è prodotto in Turchia (+31% sul 2014) e Russia (-10%).

La produzione europea di **autocarri** rappresenta solo il 13% della produzione mondiale con appena 482mila unità, in calo dello 0,7%.

La produzione europea di **autobus** ammonta a 61.800 unità (+3,7%) con uno share del 18% sulla produzione mondiale. Un quarto degli autobus 'made in Europe' è prodotto in Turchia (circa 16mila, con un incremento del 35% sul 2014).

5.3 Trend 2016

5.3.1 Mercato autoveicoli

Nel primo semestre del 2016 il mercato autovetture UE-EFTA ha totalizzato 8.090.870 nuove registrazioni, il 9,1% in più rispetto allo stesso periodo del 2015. In Europa Occidentale il mercato ha registrato un aumento dell'8,5%, con 7.510.836 immatricolazioni, mentre nell'area dei nuovi Paesi membri UE l'incremento è stato del 17,2% con 580.034 auto vendute.

Positiva la domanda di veicoli commerciali e industriali nella prima metà dell'anno: +13,1% con 1.209.425 immatricolazioni, così ripartite:

- 1 milione di veicoli commerciali fino a 3.500 kg, +12,7%;
- 188mila autocarri medi-pesanti, +16,3% (i pesanti 151mila, +17,4%);
- 20mila autobus, +4,8%.

In Russia il mercato dei *light vehicle* totalizza 672.140 nei primi 6 mesi del 2016 (-14,1%). Nonostante la caduta delle vendite, gli investimenti produttivi dei principali *carmakers* stanno rifluendo verso il Paese, in previsione della ripresa del mercato attesa per il 2017; tra questi Daimler che ha pianificato l'aggiunta di un nuovo impianto per sostenere le vendite del brand Mercedes, che nel segmento premium risulta al top della classifica. Le previsioni di chiusura per il 2016 stimano un mercato di 1,44mln di unità, con una riduzione annuale del 12,5%. Il decremento previsto per la seconda parte dell'anno dovrebbe attestarsi tra il 6 e il 7%, la metà di quello registrato nei primi 6 mesi del 2016. In calo dell'1% la domanda di autoveicoli in Turchia a gennaio-giugno 2016, il comparto auto resta positivo (+3%), mentre calano le vendite di veicoli commerciali e industriali del 12,4%.

5.3.2 Produzione autoveicoli

Nel 2016 la produzione di autovetture in Europa è prevista in aumento per un valore pari al 3,3% e dovrebbe mantenere il trend di crescita fino al 2020, arrivando a 20,3mln di unità, in particolare contribuiranno all'incremento produttivo Spagna, Slovacchia, Polonia, Turchia e Russia (dati IHS).

6 Focus NAFTA

Sommario 6.1 Volumi record di vendita nel 2015: 21,16mln di autoveicoli. – 6.2 Con 17,95mln di autoveicoli nel 2015 la produzione supera il volume record precedente del 2000. – 6.3 Trend 2016. – 6.3.1 Mercato autoveicoli. – 6.3.2 Produzione autoveicoli.

6.1 Volumi record di vendita nel 2015: 21,16mln di autoveicoli

Nel 2015 nell'area NAFTA sono stati immatricolati 21.162.288 *motor vehicle*,¹ con una crescita del 6,3% sul 2014. Il mercato, dopo la pesante contrazione del 2009, risulta in crescita costante dal 2010, nel 2014 supera i livelli del 2007 e nel 2015 consegue un nuovo record di vendite. **Sono state vendute nell'area NAFTA complessivamente 9.115.271 autovetture**, con un calo dello 0,7% sul 2014, mentre le vendite di *light truck* (11.515.871) e di autocarri medi-pesanti (531.146) registrano rispettivamente incrementi del 12,5 e del 9,8%.

Tabella 8 NAFTA, mercato autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)

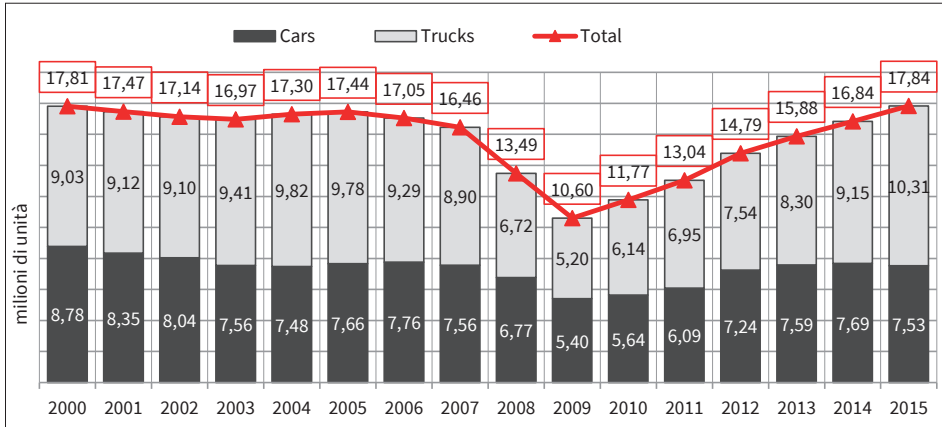
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Volumi (mln unità)	19,295	16,184	12,858	14,203	15,596	17,529	18,765	19,901	21,162
Numeri indici	100	84	67	74	81	91	97	103	110

Fonte: ANFIA su dati Ward's, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Il mercato autoveicoli degli **Stati Uniti**, con 17.835.505 nuove immatricolazioni, registra volumi record di vendita nel 2015, superando il precedente record del 2000, fermo a 17.811.673, grazie al miglioramento dell'economia americana, ai bassi tassi di interesse, che hanno permesso rate mensili sui prestiti più contenute, al crollo del prezzo della benzina, ai volumi record di leasing, agli incentivi alla domanda.

1 *Motor vehicle* corrisponde al termine 'autoveicoli', comprendente: vetture e veicoli commerciali leggeri, veicoli industriali, e autobus.

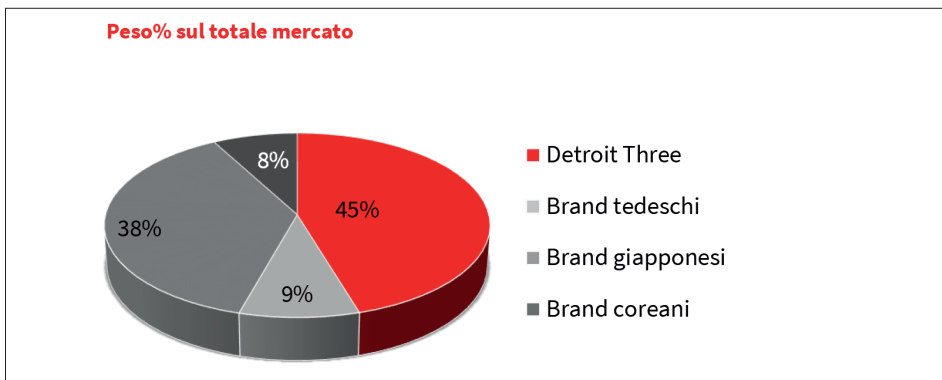
Figura 15 Stati Uniti, vendite di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)



Fonte: ANFIA su dati Ward's, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Le vendite di *light truck* e di *medium-heavy truck* hanno contato rispettivamente 9.861.024 unità (+12,7%) e 449.458 unità (+10,5%). Il mercato delle autovetture è risultato poco al di sotto dei livelli raggiunti nel 2014, con 7.525.023 auto e una flessione del 2,1%. I *light vehicle* totalizzano complessivamente oltre 17,4mln di nuove immatricolazioni (+5,8%). Il 79% del mercato dei *light vehicle* ha riguardato veicoli prodotti nell'area NAFTA, i veicoli importati rappresentano il 21% dell'intero mercato. Le vendite di LV di produzione domestica è cresciuta del 5,3%, mentre le importazioni hanno registrato un incremento del 7,7% con 3,69mln di *light vehicle*.

Figura 16 Stati Uniti, vendite di *light vehicle* (2015, valori %)

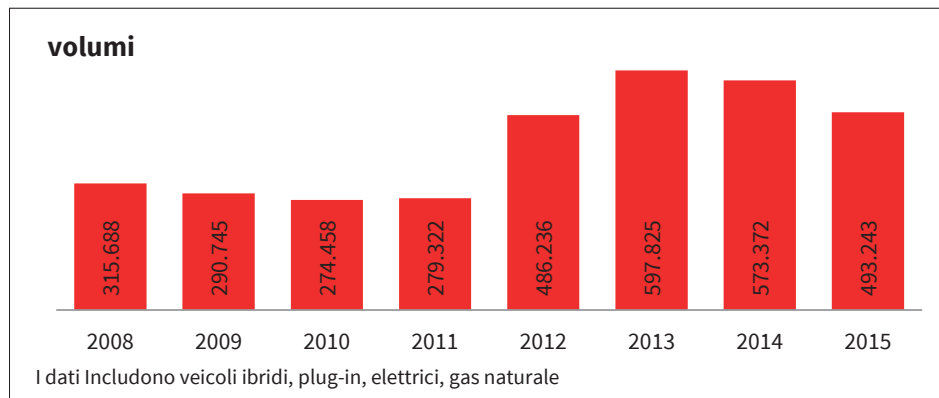


Fonte: ANFIA su dati Ward's

Ottimi i risultati dei marchi storici americani: le *Big Three* hanno venduto complessivamente 7,86mln di *light vehicle* (+5,8%), pari al 45,2% del totale venduto: Fiat Chrysler ha totalizzato nel 2015 quasi 2,23mln di nuove registrazioni (+7,3% e una quota del 12,8%), Ford 2,55mln (+5,4% e una quota del 14,7%) e General Motors 3,08mln (+5% e una quota del 17,7%). Le vendite di marche giapponesi, che rappresentano invece il 38% del mercato totale (6,57mln di *light vehicle*), sono aumentate del 5,9% sul 2014. Le marche coreane invece hanno registrato un aumento del 6% con circa 1,39mln di LV venduti. Le nuove registrazioni di marca tedesca hanno consuntivato 1,39mln di unità (+2,2%), con uno share dell'8%.

La caduta del prezzo dei carburanti ha orientato i consumatori verso modelli più grandi, in particolare CUV e Pick-up. Negli USA il prezzo medio della benzina nel 2015 è stato di 242,9 centesimi per gallone,² pari a 0,71 US\$ il litro; a metà settembre 2016 il prezzo risulta sceso a 0,65US\$ il litro (pari a 0,58 €) contro una media mondiale di 0,98US\$ (0,87 €).

Figura 17 Stati Uniti, vendite di *light vehicle* ad alimentazione alternativa (2008-2015)



Fonte: ANFIA su dati Ward's

Dopo anni di crescita sostenuta, la domanda di *light vehicle* ad **alimentazione alternativa** è in calo dal 2014. Nel 2015 sono stati venduti 493.243 veicoli (-14%), il 2,8% di tutto il mercato *light vehicle*, così ripartiti: 468mila autovetture (-16%) e oltre 24mila *light truck* (-13%). Tesla però ha continuato ad incrementare le vendite che sono cresciute nel 2015 del 73% con 23.798 veicoli e una quota del 4,8% sul totale del mercato a trazione alternativa (era del 2,4% nel 2014).

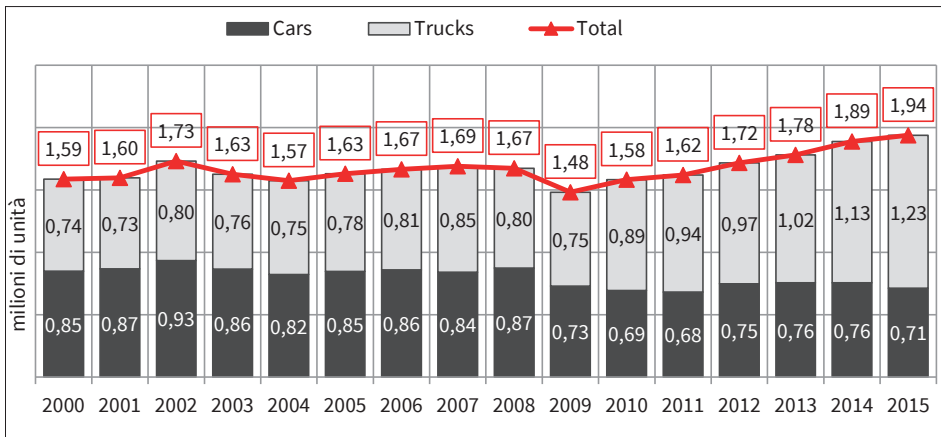
² 1 gallone= 3,78541 litri.

Per quanto concerne il comparto degli autocarri medi-pesanti, nel 2015 è stato raggiunto il livello più alto di vendite dal 2006, con 449.458 mezzi venduti (+10,5%), il segmento dei *truck* di classe 8 (i più pesanti) ha totalizzato 248.804 immatricolazioni con un incremento del 12,9% sul 2014. Daimler è leader in questa classe e nel 2015 totalizza il 22% in più di vendite rispetto all'anno precedente con una quota del 40% sul totale dei volumi della 'classe 8', seguono PACCAR con una quota del 27,7% e una crescita delle vendite del 13% e infine Volvo con il 20,4% di quota e il 9,8% in più di nuove registrazioni. Il comparto degli autocarri medium ha totalizzato oltre 200mila nuove registrazioni (+7,7%).

Il parco circolante negli Stati Uniti risulta in crescita, per l'aumento delle immatricolazioni a fronte di un calo delle radiazioni; **l'età media del parco delle autovetture continua a crescere e nel 2015 è stimata a 11,7 anni e si manterrà tale anche nei prossimi anni.** Il 34,6% degli acquirenti di auto nuove è over 60, il 45% degli acquirenti di CUV è donna e la percorrenza media annua di un *light vehicle* è di 11.287 miglia, circa 18.200 km/anno.

In **Canada** nel 2015 il mercato ha registrato un incremento del 2,6% con 1.938.858 autoveicoli venduti (+2,6%), così ripartiti: 711.785 autovetture, in calo del 5,8%; 1.183.211 *light truck*, +8,4%; 43.862 autocarri *medium-heavy*, +3,2%.

Figura 18 Canada, vendite di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)



Fonte: ANFIA su dati Ward's, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

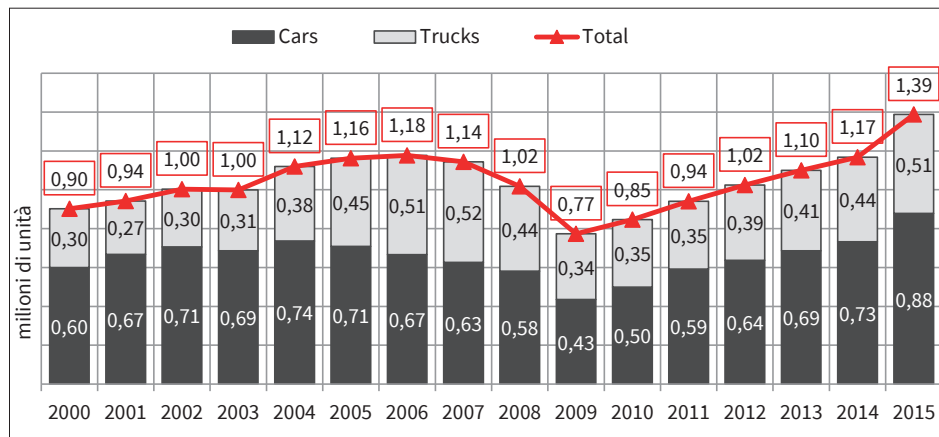
Complessivamente i *light vehicle* hanno totalizzato 1.894.996 nuove registrazioni, +2,6%; i *Big Three*, con 829.298 nuovi *light vehicle* e una quota del 44% sul totale venduto, crescono solo dello 0,4%. I brand giapponesi detengono il 34% del mercato e risultano in aumento del 4,9%; in calo invece i brand coreani del 2,2% e una quota del mercato dell'11%; ottime

performance dei brand tedeschi che conquistano il 10% del mercato, grazie ad un incremento delle vendite del 9,3%.

Il mercato degli autocarri medi-pesanti registra una crescita del segmento *medium-duty* del 6,2%, che pesa per il 33% del mercato; il segmento dei pesanti, pari al 67% del mercato, cresce dell'1,9%, Daimler è leader del mercato *heavy truck* con una quota del 38% e un incremento annuale del 16%.

Nel 2015 il mercato dei veicoli leggeri in **Messico** aumenta del 19% con 1.350.099 unità vendute, di cui circa il 47% prodotto nel Paese. Il segmento delle autovetture registra 878.463 vendite (+19,9%), il secondo miglior risultato dopo quello del 2004, mentre quello dei *light truck* totalizza 471.636 veicoli venduti, +17,5%. In recupero invece il mercato degli autocarri medi-pesanti sui volumi del 2014 (in perdita dell'11,5% sul 2013), che con 37.826 unità, aumenta del 9,3%. Il mercato complessivo registra 1.387.925 autoveicoli venduti (+18,8%).

Figura 19 Messico, vendite di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)



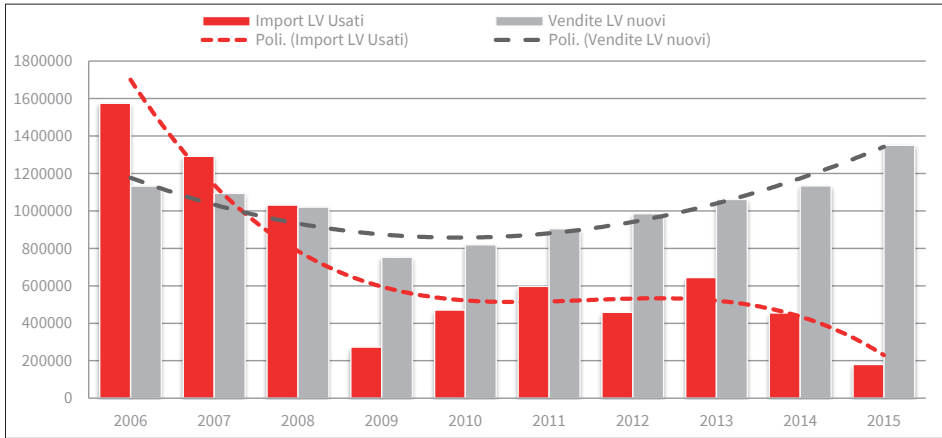
Fonte: ANFIA su dati Ward's, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Il mercato dell'**usato** di LV si è ridotto nel 2015 a poco meno di 200mila unità. Le restrizioni imposte all'importazione di auto usate dagli Stati Uniti, introdotte dal 2014 con lo scopo di limitare l'entrata di auto con emissioni eccessive e tenere sotto controllo l'inquinamento dovuto alla congestione del traffico nelle grandi città, favoriscono il mercato interno di veicoli nuovi, grazie anche alle migliorate condizioni di accesso al credito. **Le vendite di light vehicle, fabbricati in Messico, sono passate da 466mila del 2011 a 631mila del 2015.**

Il mercato degli autoveicoli usati, provenienti soprattutto dagli USA, si sta quindi ridimensionando: nel 2015 sono stati importati circa 180mila

veicoli, con un calo tendenziale dell'86% rispetto ai volumi medi importati negli anni 2006-2008. È stato già evidenziato che la domanda interna di auto nuove è molto bassa, rispetto alle potenzialità del Paese, che conta oltre 120mln di abitanti. Le previsioni del FMI stimano una crescita dell'economia nel 2016 e 2017 rispettivamente del 2,1% e del 2,3%.

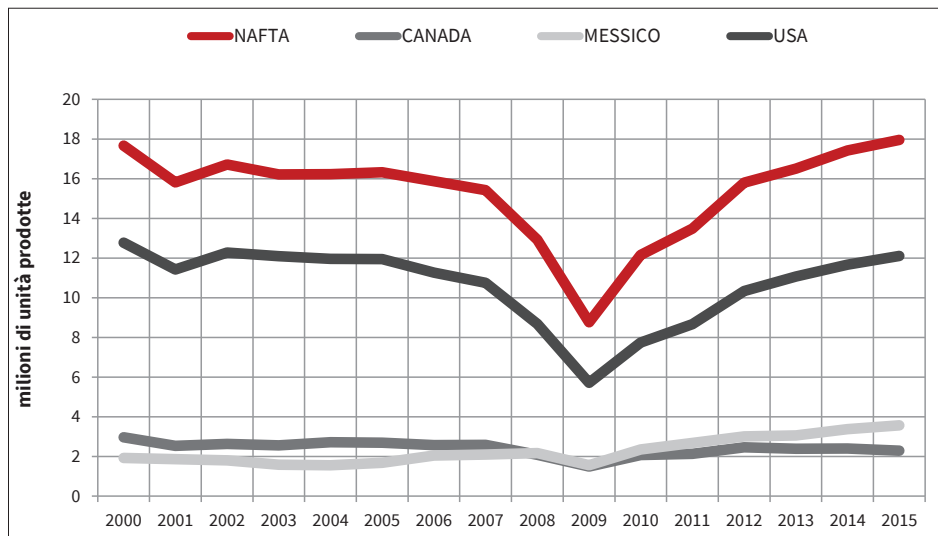
Figura 20 Messico, confronto vendite di *light vehicle* usati importati / vendite nuovi (2006-2015)



Fonte: ANFIA su dati AMIA

6.2 Con 17,95mln di autoveicoli nel 2015 la produzione supera il volume record precedente del 2000

Nell'area NAFTA sono stati prodotti nel 2015 17.954.015 autoveicoli, 530mila veicoli in più rispetto al 2014, pari ad un incremento del 3%. Dopo il picco negativo nel 2009, al culmine della crisi, quando la produzione scese a soli 8,76mln di veicoli, il recupero è stato progressivo e nel 2013 aveva raggiunto i valori medi annui antecedenti alla crisi, che erano attorno a 16,28mln di veicoli prodotti (media 2000-2007). **La produzione del 2015 rappresenta il miglior risultato dell'area in assoluto, superando i volumi record del 2000 (17,66mln di veicoli prodotti).** La domanda interna ha contribuito alla crescita dei volumi produttivi: le vendite di autoveicoli, in costante recupero dal 2010, hanno totalizzato, nell'anno appena concluso, 21,16mln di nuove registrazioni, il miglior risultato di sempre dell'area NAFTA.

Figura 21 NAFTA, produzione autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)


Fonte: ANFIA su dati Ward's, Automobile in cifre online

Le **autovetture prodotte nell'area** sono state 7.018.929 (-0,9% sul 2014), i *light truck* 10.426.644 (+5,7%) e gli autocarri medi-pesanti 508.442 con una crescita del 6,7%. Complessivamente il segmento *light vehicle* ha totalizzato un volume produttivo domestico di 17.445.573 unità (+2,9%).

Le **Big Three** (Chrysler, Ford, GM), con 8,74mln di autoveicoli e un incremento del 2,1%, detengono il 51,6% della produzione domestica: **FCA** con 2,8mln di veicoli prodotti ha raggiunto la quota del 16% della produzione complessiva nell'area NAFTA, Ford e GM producono rispettivamente il 18% e il 19% dei volumi complessivi di autoveicoli nell'area. Gli altri costruttori hanno prodotto il 48% del totale e realizzato un incremento del 4%. I livelli produttivi sono tornati ai livelli precedenti la crisi, che iniziò proprio nell'area NAFTA, per poi dilagare nel resto del mondo ed esplodere con il picco negativo nel 2009, quando, a livello mondiale, la produzione subì una contrazione pari a circa 11,5mln di autoveicoli rispetto all'anno 2007.

Gli **Stati Uniti** rappresentano il sito produttivo più importante dell'area NAFTA con oltre il 67% della produzione complessiva del 2015, pari a 12.105.490 autoveicoli (+3,8%). La produzione di *light truck* è stata di 7.626.745 di unità, in aumento del 7,1%, mentre le sole autovetture prodotte sono state 4.162.310 (-2,1%). La produzione di autocarri medi e pesanti è ammontata a 316.435 unità (+9,4%), grazie alla ripresa del trasporto merci su strada, generata dalla domanda di imprese e consumatori finali, che già aveva determinato un aumento delle vendite di autocarri

medi e pesanti del 15,6% nel 2014, volumi tornati ai livelli pre-crisi del 2005. Alla crisi economica finanziaria, l'industria automotive USA, orientata dalle scelte di politica industriale, ha reagito con profonde ristrutturazioni che hanno consentito il raggiungimento dei risultati positivi di oggi, grazie alla flessibilità nella produzione, al lancio di nuovi modelli, al migliore allineamento tra scorte e domanda e alle negoziazioni con il sindacato dei lavoratori, concluse con accordi utili a creare efficienza. Il Michigan è tornato ad essere quindi l'epicentro mondiale dell'industria automobilistica. Lo Stato del Michigan finanzia una serie di programmi di incentivazione pensati per incoraggiare gli investimenti nel proprio territorio; la *Michigan Economic Development Corporation* rappresenta il principale veicolo di incentivazione pubblica e si adopera per aumentare la disponibilità di capitale delle società presenti nel Michigan in ogni fase dello sviluppo aziendale.

Il trend di crescita della produzione finora è stato sostenuto sia dalla domanda interna che dall'export. Le esportazioni di autoveicoli nel 2015 hanno riguardato 2,69mln di autoveicoli (450mila autoveicoli in più del 2014) per un valore di oltre 66,5mld di US\$; l'export delle sole autovetture è stato di 2,2mln di unità (US\$ 51,5mld), il 28% delle autovetture è stato esportato in Canada, il 16% in Medio Oriente, il 12% in Cina, il 9% in Messico, l'8% in Germania, il 3% in UK e il 24% nel resto del mondo.

In **Canada**, la produzione di autovetture, 888.565 unità, è risultata in flessione del 2,7% nel 2015, così quella dei *light truck*, 1.380.431, -6% sul 2014. La produzione di autocarri medi e pesanti, si è ridotta molto negli ultimi anni, ma nel 2014 e nel 2015 si è assistito ad un recupero dei volumi produttivi domestici rispettivamente del 21% e del 20%, arrivando a 14.300 unità. Nel complesso in Canada sono stati prodotti 2.283.307 veicoli (-4,6% sul 2014), unico Paese in calo dell'area NAFTA.

Prosegue il boom del settore dell'industria automobilistica in **Messico**, Paese diventato già nel 2014 il primo produttore in America Latina superando il Brasile e il settimo maggior produttore al mondo, grazie anche al basso costo della manodopera, che attrae i costruttori che vogliono penetrare il mercato nordamericano. Nel 2015 è stato registrato un nuovo record produttivo: 3.565.218 autoveicoli (+5,9% sul 2014), l'82% destinato ai mercati esteri, in particolare ai consumatori degli Stati Uniti. **Rispetto al 2007, l'industria automobilistica messicana ha prodotto, nel 2015, 1,5mln di autoveicoli in più. Il Paese ha più che raddoppiato la produzione di veicoli rispetto al 2005, che era di 1,68mln di unità.** L'incremento produttivo medio annuo dal 2010 dei *light vehicle* è stato dell'8,7% (CAGR). Una tendenza alla crescita, spiegano da AMIA, l'associazione di settore, che sembra poter durare fino al 2020. Secondo le proiezioni di molti analisti, il Messico potrebbe superare i 4mln di veicoli prodotti entro il 2017 e i 5mln nel 2020 (+40% sul 2015). Si prevede che il peso produttivo del segmento *premium* passi dal 4% del 2015 al

10% del 2020, grazie all'interesse e agli investimenti di brand esteri, tra i quali Audi, BMW, Infiniti. Se si confermasse questo trend, il nuovo mix produttivo necessiterebbe di fornitori specializzati in tecnologie avanzate, oggi assenti, rappresentando una grande opportunità per le aziende di componenti. La produzione di *light vehicle* in Messico totalizza 3.387.522 unità (+6%), l'81% è destinato ai mercati esteri, in particolare verso USA e Canada (82,7%), Centro-Sud America (8,2%), Asia (2,9%), Europa (5,3%). Sono calati i flussi verso il continente asiatico (-37%) e aumentati verso l'Europa (+48%). Il Messico ha ben 11 accordi di libero scambio (FTA) che coinvolgono 45 Paesi nel mondo e accordi con molti Paesi dell'America Latina e il Brasile. Di conseguenza, è ragionevole prevedere che in futuro si ridimensionerà il flusso dell'export verso il Nord America e crescerà verso i Paesi emergenti. La produzione ha riguardato: 1.968.054 vetture (+2,7%), 1.419.468 *light truck* (+11%) e 177.696 autocarri medi-pesanti (+1,3%). I primi 5 produttori di autoveicoli in Messico sono nell'ordine: Nissan, General Motors, FCA, Volkswagen e Ford. Il Messico è sempre più una piattaforma strategica per la produzione di autoveicoli e per la componentistica. Le imprese di componentistica e ricambi, sia per il mercato locale che per l'esportazione si sono stabilite nel Nord e nel Centro del Paese, in particolare nella regione del Bajío (stati di Guanajuato, Aguascalientes, Queretaro e San Luis Potosi) dove il settore automobilistico ha avuto una grande espansione, trattandosi di stati privilegiati per la loro posizione geografica, la vicinanza delle loro città, la manodopera altamente qualificata, la presenza di aeroporti internazionali e di zone industriali dotate di tutti i servizi necessari per le industrie del settore (Infomercatiesteri, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale).

6.3 Trend 2016

6.3.1 Mercato autoveicoli

Nella prima metà del 2016, nell'area NAFTA sono stati registrati oltre 10,3mln di nuovi *light vehicle*, +2,8% l'aumento sul primo semestre del 2015. Il mercato USA totalizza 8.598.565 unità con un incremento dell'1,3%; le auto, che rappresentano il 41% del mercato sono in flessione del 7,9%, mentre i *light truck*, con uno share del 59% sul comparto LV, continuano ad aumentare: +8,9% su gennaio-giugno 2015. Nel primo semestre dell'anno le immatricolazioni di FCA crescono del 6,4% e conquistano il 13,3% del mercato. I *light vehicle* ad alimentazione alternativa, con poco più di 218mila nuove registrazioni, perdono il 10,4% del mercato.

In calo il mercato degli autocarri medi-pesanti, che a gennaio-giugno risulta in flessione del 3% con 209mila nuove registrazioni. Il calo è stato

determinato dalla contrazione del 15,5% della domanda di autocarri pesanti di 'classe 8', che hanno totalizzato 104mila vendite.

In Canada il mercato dei LV registra una crescita del 5,9% con 987mila nuove registrazioni. A giugno FCA registra una crescita del 2% nel mese e del 2,9% nel cumulato con uno share del 15,3%, davanti a Ford e GM.

Si mantiene vivace la domanda interna di LV in Messico, che dopo l'incremento di maggio del 19,3%, a giugno registra un nuovo rialzo del 25,9%, che porta la crescita del primo semestre a +18,4% con 721mila nuove immatricolazioni. Le *Big Three* rappresentano il 30% del mercato, dietro ai marchi giapponesi che hanno il 45,4% di share, mentre la presenza dei costruttori tedeschi e coreani pesa rispettivamente per il 18,6% e il 5,6% del mercato. Il 56% dei *light vehicle* registrati nella prima metà dell'anno è d'importazione, mentre il 44% è prodotto in Messico. Positive le previsioni di crescita della domanda di *light vehicle* in Messico per il 2016 (+9,4% sul 2015).

Nell'area NAFTA il mercato 2016 dei *light vehicle* supererà i volumi dell'anno precedente, segnando un nuovo record di vendite.

6.3.2 Produzione autoveicoli

Nel 1° semestre 2016 sono stati prodotti nell'area NAFTA 9,24mln di autoveicoli, in leggero rialzo sui volumi di gennaio-giugno 2015 (+2,2%). Secondo il tipo di veicolo, sono stati prodotti: 3,44mln di autovetture (-6,6%); 5,56mln di *light truck* (+8,7%) e 238mila autocarri medi-pesanti (-10%). Secondo il Paese di produzione, hanno segno positivo le produzioni in USA (+2,1%), in Canada (+13,1%), mentre il Messico registra, contrariamente delle aspettative, un calo del 4,2%, dovuto ai comparti delle autovetture (-6%) e degli autocarri medi-pesanti (-16%). Nello stesso periodo in Messico le esportazioni di *light vehicle* calano del 5,6%. Nella regione NAFTA risultano in calo i volumi produttivi delle vetture di VW (-16%), FCA (-7,5%) e Mazda (-3,4%).

7 Focus Sud America

Sommario 7.1 Domanda interna in contrazione e calo dell'export. – 7.2 Nel 2015 cala la produzione di autoveicoli del 20,6%. – 7.3 Trend 2016. – 7.3.1 Mercato autoveicoli. – 7.3.2 Produzione autoveicoli.

7.1 Domanda interna in contrazione e calo dell'export

Ferma l'economia del continente sudamericano nel 2015, la tendenza è prevista in peggioramento nel 2016 (-0,6%) e, solo nel 2017, il FMI prevede un andamento tendenziale positivo, +1,6%. Brasile e Venezuela sono i Paesi più in crisi, a cui vanno ad aggiungersi le difficoltà di Ecuador e Argentina. In molti Paesi la disoccupazione è prevista crescere nel biennio 2016-2017. Una delle principali ragioni di questa crisi è la caduta del prezzo delle materie prime, collegata al rallentamento dell'economia cinese, a cui si aggiunge l'apprezzamento del dollaro sulle monete locali.

Tabella 9 Sud e Centro America, variazione Pil su base anno precedente

PIL - var. % a/a	2015	2016F	2017F
Sud America e Centro America	0,0	-0,6	1,6
Brasile	-3,8	-3,3	0,5
Venezuela	-6,2	-10,0	-4,5
Argentina	2,5	-1,8	2,7
Colombia	3,1	2,2	2,7
Ecuador	0,3	-2,3	-2,7

Fonte: FMI, ottobre 2016

Peggiora la domanda di autoveicoli nel 2015: dopo la contrazione dell'11% del mercato degli autoveicoli nel 2014, le vendite di autoveicoli diminuiscono del 19,8% nel 2015. Con 4,47mln di nuove immatricolazioni, il mercato si riduce di quasi 1/3 rispetto al 2012 e rappresenta il 4,9% delle vendite mondiali di autoveicoli (nel 2012 erano il 7,5%). La domanda diminuisce dell'1,3% in Argentina, del 27% in Brasile, del 16% in Cile e del 38% in Venezuela.

In **Argentina**, nel triennio 2011-2013, la domanda di autoveicoli si era assestata su livelli piuttosto alti attorno a 892mila unità l'anno, nel 2014 invece il mercato si è ridimensionato di quasi 1/3 rispetto a questo valore medio. Nel 2015 sono stati venduti complessivamente 606mila autoveicoli (-1,3% sul 2014), così ripartiti: 431.097 autovetture e 174.836 veicoli com-

mercili e industriali (-3,6%). Inflazione e disoccupazione deprimono il clima di fiducia dei consumatori e la svalutazione della moneta argentina ha un effetto negativo sui prezzi delle merci importate, su cui il Governo sta intervenendo, riducendo le imposizioni doganali.

In **Brasile**, nel 2015 sono stati immatricolati 2,57mln di autoveicoli, in calo del 26,6% sul 2014 e del 32% rispetto al record di vendite di 3,8mln di veicoli del 2012. Nel 2015 le vendite di autoveicoli di produzione nazionale sono state 2,15mln (-25%) e rappresentano l'84% del totale mercato. I veicoli importati invece sono ammontati a 414mila, in flessione del 33%. Secondo la tipologia di veicolo, il mercato risulta così ripartito: 2,12mln di autovetture (-24%), 358mila veicoli commerciali leggeri (-34%), 71.600 autocarri medi-pesanti (-48%) e 16.800 autobus (-39%).

Le vendite di *light vehicle* alimentati a benzina ed etanolo rappresentano l'88,4% del mercato, quelle a benzina il 5,5% e diesel il 6%. Le vendite di autovetture con cilindrata inferiore a 1.000 cm³, il 33,8% del mercato, calano del 29% sul 2014, mentre quelle tra 1.000 e 2.000 cm³, il 63,8% del mercato, si riducono del 21%. Il segmento delle vetture con cilindrata superiore a 2.000 cm³, il 2,4% del totale mercato, cala del 28%. A gennaio 2015 sono entrate in vigore le nuove aliquote dell'IPI (Imposta sul prodotto industriale) su tutti i veicoli commercializzati in Brasile. La nuova tassa è passata dal 3 al 7% sui veicoli con motori fino a 1.000 cc, dal 9 all'11% sui veicoli superiori a 1.000 cc con motore *fuel flex* e dal 10 al 13% sui veicoli con motore a benzina. FCA mantiene la leadership del mercato dei *light vehicle* col 19,5% di quota e 483mila unità vendute, seguita da GM (15,6%), che supera Volkswagen (15% di share). FIFA-World Cup a giugno 2014 e Giochi Olimpici a giugno 2016 non hanno favorito il mercato, contrariamente alle previsioni che avevano considerato le Olimpiadi una leva di sviluppo per gli investimenti in infrastrutture e grandi opere, capaci di influire sul mercato dei veicoli pesanti.

Il mercato degli autoveicoli in **Venezuela**, in calo dal 2008, recuperava nel 2012 (+8,2% con 130.553 unità vendute), ma nel 2013 perdeva un quarto delle vendite (-24,3% con 98.878 nuove registrazioni). La domanda interna di autoveicoli nel 2014 si è ridotta del 76% con appena 23.707 veicoli venduti e nel 2015 si riduce a 14.700 unità. Un'economia in crisi profonda, un'inflazione al 60%, una moneta in caduta libera sul mercato dei cambi e il prezzo del petrolio in picchiata sui mercati internazionali, causano persino una scarsità di beni di consumo di base nei supermercati venezuelani. Il Venezuela sta conoscendo una grave crisi economica, ma le sue immense risorse lo rendono comunque un Paese con rilevanti potenzialità economiche.

Sono stati immatricolati circa 298mila autoveicoli in **Cile** nel 2015, in calo del 15,6% rispetto al 2014 e del 25% rispetto al 2013.

7.2 Nel 2015 cala la produzione di autoveicoli del 20,6%

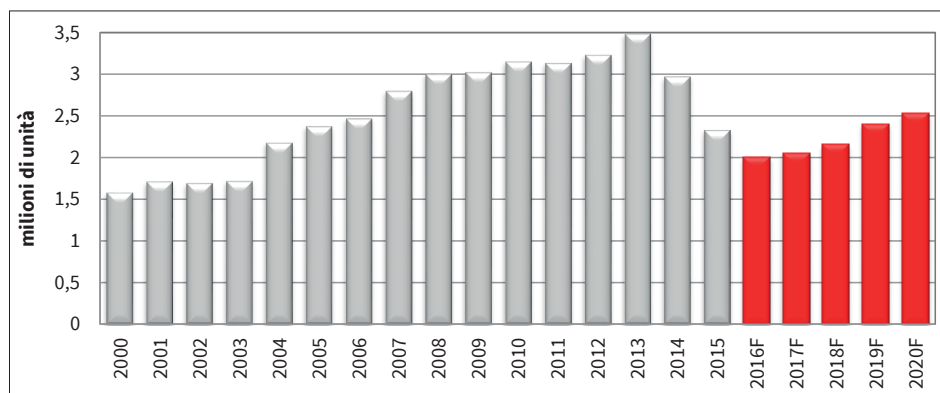
In **Sud America**, nel 2015 sono stati prodotti complessivamente poco più di 3mln di veicoli completi con un calo del 20,6% rispetto al 2014, che già registrava una perdita del 17% sul 2013. In due anni, le industrie hanno ridotto i loro volumi produttivi per oltre 1,56mln di autoveicoli.

Nel 2015 in **Argentina** sono stati prodotti circa 534mila autoveicoli (-13,5% sul 2014). La produzione ha riguardato 308mila auto (in calo del 15%) e 224mila veicoli commerciali e industriali (-11%): 1/3 in meno rispetto ai volumi del 2013.

A dispetto delle previsioni, in **Brasile** la produzione di autoveicoli è crollata del 23% nel 2015. Nel 2015 sono usciti dagli stabilimenti brasiliani 717mila autoveicoli in meno. La produzione di autovetture ha superato di poco i 2mln di unità (-19%). Il comparto produttivo dei veicoli industriali si è quasi dimezzato: -47% gli autocarri medi-pesanti prodotti con poco più di 74mila unità e -35% gli autobus con 21.500 unità. La produzione di *light vehicle* è stata di 2,33mln di unità.

Nel 2000 il **Brasile** si posizionava al 12° posto nella classifica mondiale dei Paesi costruttori, nel 2014 saliva all'8°, ma veniva superato dal Messico. Nel 2015 il Brasile con 2.429.462 autoveicoli prodotti, perde un'altra posizione, superato dalla Spagna (2,73mln di veicoli prodotti). Nel 2014 l'export, che pesa per il 10,6% della produzione, cala del 41%, ma nel 2015 gli autoveicoli destinati all'estero aumentano del 25% (417mila unità). In valore l'export degli autoveicoli ha toccato gli 8,8mld di US\$, con un aumento appena dell'1,1% sui valori del 2014.

Figura 22 Brasile, produzione di *light vehicle* (2000-2020, milioni di unità)



Fonte: ANFIA su dati ANFAVEA e previsioni IHS, luglio 2016

7.3 Trend 2016

7.3.1 Mercato autoveicoli

Nel 1° semestre 2016 le vendite di autoveicoli dell'area diminuiscono del 18,6% e la quota sulla domanda mondiale scende al 3,9% (dati Ward's). In **Argentina** le vendite di autoveicoli ai concessionari sono cresciute nel 1° semestre 2016 del 24,8%, totalizzando poco più di 346mila unità. L'incremento nel 1° trimestre 2016 è stato del 29%, sceso al 21% nel 2° trimestre, a luglio invece il mercato subisce il primo calo mensile dell'anno, -2,4%. Le previsioni della domanda di autoveicoli sono stimate in costante crescita nei prossimi 5 anni e raggiungere le 800mila unità nel 2020.

Il mercato autoveicolistico **brasiliano** che era il 4° al mondo, dopo Cina, Usa e Giappone, nel 2015 è stato superato per volumi dai mercati di Germania, India e UK. Il 2016 chiuderà con un nuovo calo del mercato. Nel 1° semestre 2016 la domanda di autoveicoli perde il 25% rispetto allo stesso semestre del 2015, le vendite delle marche domestiche subiscono un ridimensionamento del 23,5% e quelle importate del 35%. La quota di FCA scende al 17,5% della domanda di autoveicoli leggeri, seguita da GM con il 16% e VW-Audi con il 13,5%.

Nel 2016 il calo delle vendite di veicoli segnerà il quarto anno consecutivo di contrazione annuale delle vendite totali, totalizzando un mercato attorno a 2,1mln di unità, il volume più basso dal 2006 (che fu di 1,93mln di nuove registrazioni), e ben al di sotto del volume medio annuo visto registrato negli ultimi cinque anni di 3,45mln di unità. Le condizioni di accesso al credito più difficili e la caduta degli investimenti sia nel settore delle costruzioni sia nel settore energetico (petrolio e gas) penalizzano gli acquisti di autocarri. La situazione politica (destituzione del Presidente Rousseff e del Presidente della Camera Bassa Cunha) ed economica ha determinato una caduta degli investimenti del 20% negli ultimi due anni e un aumento della disoccupazione. Gli **addetti** dell'industria autoveicolare sono scesi a poco più di 111mila a giugno 2016, il 7% in meno rispetto a giugno 2015 e il 27% in meno rispetto a giugno 2013. Il FMI ha previsto per il 2016 una variazione tendenziale negativa del 3,8% e una lieve crescita dello 0,5% per il 2017. I fattori che hanno contribuito a questa brusca frenata dell'economia sono di natura sia esterna che interna. Il rallentamento dell'economia cinese (primo partner commerciale) e dell'Europa, la crisi argentina (primo mercato di sbocco dei prodotti manifatturieri brasiliani) e l'apprezzamento del dollaro hanno certamente influenzato negativamente la performance economica, ma è soprattutto all'interno che sono venuti al pettine tutti i nodi strutturali rimasti per anni irrisolti (costo del lavoro alto, sostenibilità dei conti pubblici, lotta alla corruzione). Al ristagno dell'economia si accompagna un elevato tasso di inflazione, salita al 9% nel 2015. Negli ultimi due anni,

anche per effetto della crisi, le entrate sono bruscamente calate portando ad un deficit primario nel 2014, per la prima volta in quindici anni. Gli elevati tassi di interesse reale hanno poi contribuito a peggiorare il deficit. Ai fattori economici, si aggiungono la mancanza di riforme strutturali (come la riforma della previdenza sociale, che il Governo dovrebbe approvare nella prima metà del 2017 e la riforma per il miglioramento del sistema tributario) e la contrazione degli investimenti pubblici soprattutto nelle infrastrutture, gli scandali per corruzione, che hanno visto il coinvolgimento della compagnia statale Petrobras. Da questa lunga recessione, che ha portato il PIL a contrarsi di oltre 7 punti percentuali negli ultimi due anni, dalla scorsa estate vi sono segnali che la recessione potrebbe già terminare con il quarto trimestre 2016. Le possibilità di consolidamento e crescita per l'industria autoveicolare brasiliana restano dunque notevoli, dato che il tasso di motorizzazione del Paese è di 6,1 abitanti per autovettura e di 4,8 per autoveicolo (dato 2015: parco autoveicoli 41,74mln autoveicoli, di cui 32,7mln di automobili, 6,3mln di veicoli commerciali, 2,1mln di autocarri e 640mila autobus). Il Brasile ha un grande mercato nazionale e le forti barriere commerciali offrono ai produttori nazionali un alto grado di protezione. Le protezioni Inovar-Auto per i produttori locali scadranno nel 2017, mentre l'accordo sulle quote per il commercio di veicoli tra il Brasile e il Messico termina nel 2019.

In **Cile** le vendite di autoveicoli leggeri hanno segno positivo e crescono del 7,4% con oltre 140mila unità, in calo invece la domanda di autocarri (-5%) e di autobus (-11%).

7.3.2 Produzione autoveicoli

Sebbene la produzione di autoveicoli a gennaio-giugno 2016 risulti in calo del 14% sullo stesso periodo del 2015, in **Argentina** la produzione nazionale è ancora capace di attrarre investimenti, nonostante la recessione. La crescente specializzazione nella produzione di pick-up sta aiutando l'Argentina diventare un hub di esportazione regionale per i pick-up e a migliorare la competitività internazionale contro i suoi rivali dell'America Latina. L'Argentina ha accordi commerciali favorevoli con il Brasile e altri nella regione dell'America Latina. Dal 2017 le previsioni stimano una produzione in aumento.

Nel 1° semestre 2016 la produzione di autoveicoli in **Brasile** totalizza 1.016.680 unità, con una perdita del 21% sui volumi di gennaio/giugno 2015; l'export di autoveicoli risulta in aumento del 14% in volumi, ma in calo del 15% in valore. Le previsioni per il 2016 stimano una produzione appena al di sopra dei 2mln di unità, che si prevede in aumento dal 2017.

8 Focus Asia/Oceania

Sommario 8.1 La domanda di autoveicoli aumenta dell'1,9% nel 2015 toccando i 43,6mln di autoveicoli. – 8.2 La produzione di autoveicoli aumenta del 3,5% nel 2014, il 52,6% della produzione mondiale. – 8.3 Trend 2016. – 8.3.1 Mercato autoveicoli. – 8.3.2 Produzione autoveicoli.

8.1 La domanda di autoveicoli aumenta dell'1,9% nel 2015 toccando i 43,6mln di autoveicoli

Nel 2015, le vendite hanno riguardato circa 43,6mln di autoveicoli, l'1,9% in più del 2014, che già aveva registrato un incremento del 5%, sul 2013. La domanda di autoveicoli dell'area rappresenta il 48,6% della domanda globale. **L'Asia conta oltre 42,2mln di autoveicoli venduti, con un tasso medio annuo di crescita dell'8% dal 2007 al 2015, mentre la domanda in Oceania vale 1,3mln di autoveicoli.** La regione, senza Oceania, Cina e Giappone, totalizza nel 2015 oltre 12,6mln di autoveicoli venduti.

Tabella 10 Asia e Oceania, domanda di autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	var. % 2015/14	CAGR 2007-15
ASEAN	1,873	2,113	1,901	2,505	2,604	3,470	3,560	3,173	3,055	-3,7	6%
Sud-Est Asiatico	3,741	3,549	4,135	5,091	5,422	5,684	5,336	5,478	5,998	9,5	6%
Giappone	5,354	5,082	4,609	4,956	4,210	5,370	5,376	5,563	5,047	-9,3	-1%
Cina	8,792	9,381	13,645	18,062	18,505	19,306	21,984	23,499	24,598	4,7	14%
Iran	1,038	1,190	1,320	1,643	1,688	1,044	0,805	1,288	1,222	-5,1	2%
Altri	1,692	1,814	1,693	1,932	1,964	2,251	2,406	2,527	2,356	-6,8	4%
ASIA	22,489	23,129	27,303	34,189	34,394	37,126	39,466	41,528	42,274	1,8	8%
OCEANIA	1,185	1,129	1,025	1,134	1,111	1,229	1,264	1,255	1,303	3,8	1%

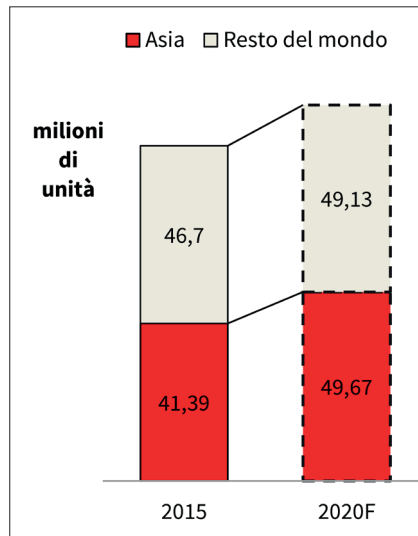
Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Gli abitanti dell'Asia rappresentano il 60% della popolazione mondiale e mantenendo lo stesso peso, nel 2020 saranno oltre 4,7mld. In Asia oggi circola un terzo del parco mondiale, la motorizzazione è prevista crescere e rappresentare nel 2020 il 41% della flotta globale.

I Paesi asiatici devono affrontare i problemi derivanti dall'urbanizzazione di massa e programmare lo sviluppo sostenibile delle grandi metropoli, in grado di ridurre l'inquinamento, preservare la salute dei cittadini, garantire la crescente domanda di mobilità di persone e merci e assicurare

la domanda di energia che questa organizzazione urbana richiede. Molti governi dei Paesi asiatici hanno lanciato ormai da qualche anno piani di investimento sulla produzione di veicoli elettrici/ibridi e di sostegno e promozione di veicoli con bassi livelli di emissione di CO₂ e di consumo di carburanti. Tali misure attirano l'interesse di molti costruttori, in particolare giapponesi, da anni radicati nei Paesi ASEAN, che qui progettano di costruire stabilimenti per la produzione di veicoli elettrici e ibridi, e conservare la loro leadership. Il parco circolante delle autovetture in Asia ammontava ad oltre 257mln di unità a fine 2015; era di 131mln nel 2007 e si prevede che supererà i 369mln di auto nel 2020 (stime IHS Markit).

Figura 23 Mercato mondiale di *light vehicle* in Asia e nel resto del Mondo (milioni di unità)

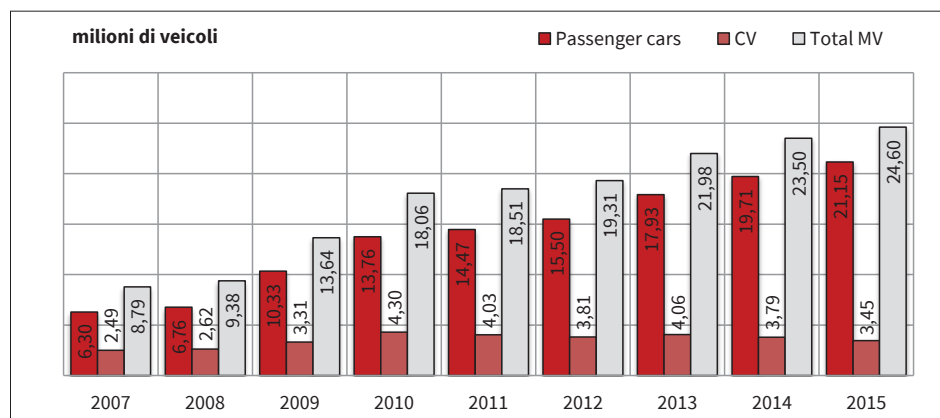


Elaborazioni ANFIA su dati IHS

La **Cina** è diventato il più grande mercato del mondo, superando nel 2010 le aree NAFTA (14,2mln di veicoli) e Unione Europea (UE: 15,7mln di veicoli; UE15+EFTA: 14,7mln). Già nel 2012 la domanda di autoveicoli rappresenta circa un quarto delle vendite mondiali (il 23%), con 19,3mln di autoveicoli venduti. Nel 2013 le immatricolazioni sono cresciute del 13,9%, totalizzando oltre 21,98mln di autoveicoli e nel 2014 l'incremento è del 6,9% con circa 23,5mln di autoveicoli. Nel 2015 rallenta ancora la domanda, ma pur sempre in crescita del 4,7% e 24,6mln di autoveicoli venduti, che fa della **Cina il primo mercato autoveicolistico mondiale da 7 anni**. La crescente urbanizzazione e l'aumento della domanda nelle città di terza e quarta fascia, ha permesso al mercato delle **autovetture** (incluso SUV, MPV e Utility Vehicle) di arrivare a 21,15mln di nuove immatricolazioni da 6,3 del 2007. Guidano il buon andamento della doman-

da individuale, le vendite di SUV, che non sono utilizzati solo nelle aree rurali o suburbane, ma anche in città, un prodotto molto di moda per gli acquirenti cinesi. Nel 2015 aumentano del 42% e rappresentano il 30% del mercato auto, mentre diminuiscono le vendite dei segmenti A, B e D. I brand cinesi mantengono nel 2015 il 42,7% della domanda di SUV, seguiti dai brand giapponesi con il 19,3% ed europei con il 18,9%. Ha contribuito al buon andamento della domanda, l'aumento delle vendite nelle regioni centrali e occidentali della Cina, mentre in alcune delle regioni orientali si registrano delle leggere flessioni, determinate dalle restrizioni al mercato imposte per ragioni ambientali. I brand cinesi sono concentrati nei segmenti A e B, le cui vendite hanno un trend in calo dal 2005 (Fourin, Asia Automotive Intelligence, Report n. 89, May 2016).

Figura 24 Cina, vendite domestiche di autoveicoli (2007-2015, milioni di unità)



Fonte: ANFIA, Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

Per quanto riguarda il mercato dei veicoli commerciali e industriali si registra nel 2015 una flessione del 9% sui volumi del 2014. Le vendite di veicoli commerciali leggeri totalizzano 2,5mln di unità (-4,7% sul 2014); la domanda di autocarri medi-pesanti invece subisce una flessione di oltre il 18%.

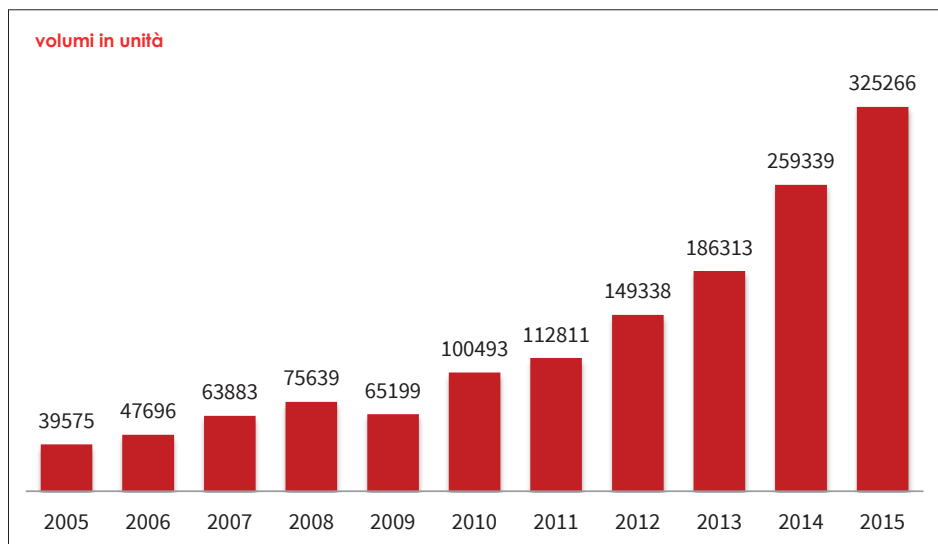
Nel 2015, in **Giappone** la domanda di autoveicoli diminuisce del 9,3% con 5,05mln di nuove immatricolazioni.

In **India**, la domanda di autovetture è passata da 1,54mln di unità nel 2008 a 2,77mln nel 2015 (incluso MPV e UV). L'incremento sul 2014 è stato del 7,9%. Il mercato dei veicoli commerciali e industriali raggiunge le 653mila unità (+7,6%). Nel 2015 l'India, con 3,42mln di autoveicoli venduti, diventa il 5° mercato più grande del mondo, dietro a Cina, USA, Giappone e Germania, ma davanti a UK e Brasile. Lo sviluppo della domanda è da attribuire al calo del prezzo dei carburanti, ad una inflazione

più bassa e alla riduzione dei tassi d'interesse, che si è ripetuta per ben quattro volte durante l'anno.

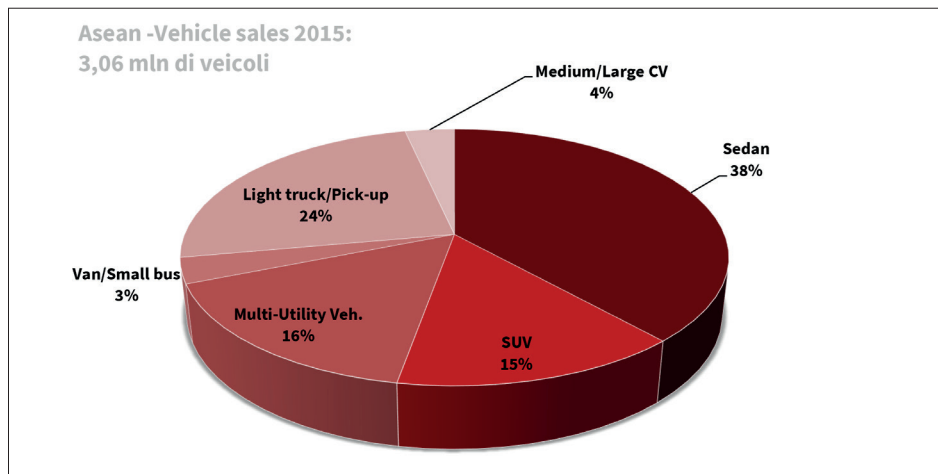
Nel 2015 in **Sud Corea** sono stati immatricolati oltre 1,92mln di autoveicoli (+11% sul 2014), di questi 1,65mln hanno riguardato le autovetture (+12%).

Figura 25 Sud Corea, trend importazioni di autovetture (2005-2015)



Elaborazione dati ANFIA su dati KAMA

Complessivamente i veicoli **importati** sono stati circa 332mila (+25% sul 2014), quadruplicati rispetto ai volumi del 2008 (80.500). Nel 2015 le importazioni dall'Italia sono salite a 2.886 unità dalle 886 del 2014 e dalle 269 del 2013. Prosegue l'andamento positivo anche nel 2016, a gennaio/ giugno sono già stati importati ben 2.571 veicoli dall'Italia. In generale si prevede che le importazioni continuino a crescere in modo sostenuto, grazie alla riduzione delle tariffe addizionali all'importazione, previste dagli accordi di libero scambio, FTA (*free trade agreement*) tra Corea e UE e tra Corea e USA.

Figura 26 ASEAN, vendite per tipologia di veicolo (2015, valori %)

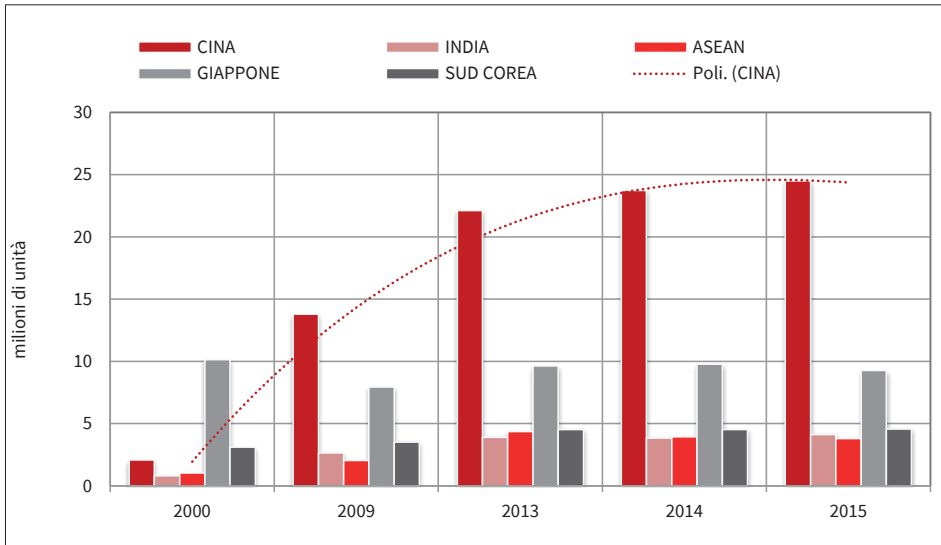
Fonte: ANFIA su dati Fourin

La crescita dell'industria autoveicolare nei Paesi del Sud-Est asiatico sta attirando l'attenzione dei Costruttori da tutto il mondo. In particolare l'area **ASEAN** ha registrato, dopo la contrazione del 2009 (-9,5% sul 2008), una crescita costante della domanda di autoveicoli, consuntivando nel 2013 un nuovo record di vendita, con oltre 3,5mln di unità e un incremento del 2,6%, dopo quello del 34% registrato nel 2012 sul 2011. Nel 2014 e nel 2015 invece si registra una battuta d'arresto rispettivamente dell'11,9% e del 3,7%. I mercati più grandi di quest'area sono Thailandia, Indonesia, e Malesia, che insieme rappresentano l'81% delle vendite nella regione. Nel 2015 tra i Paesi ASEAN, Thailandia e Indonesia registrano volumi di mercato in contrazione rispettivamente del 9,6% e del 16%. Crescite sostenute della domanda di autoveicoli per Singapore, Vietnam e Filippine. I brand giapponesi registrano nel 2015 una contrazione delle vendite di autoveicoli (-4,3%, mentre aumenta la domanda di autoveicoli dei brand coreani ed europei).

8.2 La produzione di autoveicoli aumenta del 3,5% nel 2014, il 52,6% della produzione mondiale

Nel 2015, sono stati prodotti in Asia/Oceania circa 47,8mln di autoveicoli, con un incremento dello 0,8% sui volumi del 2014. La **Cina** è il più grande Paese produttore di auto e il più grande mercato del mondo. Nel 2020 potrebbe avvicinarsi a volumi produttivi e di vendita attorno ai 30mln di unità (nel 2015: 24,5mln di veicoli prodotti). Così **l'India**, che ha oggi una popolazione di 1,2mld di abitanti, potrebbe nel 2020 superare la popolazione della Cina e arrivare a produrre oltre 6,2mln di unità (nel 2015: 4,1mln di veicoli prodotti). Nel 2015 la **Corea del Sud** produce oltre 4,5mln di veicoli, in linea con i volumi del 2014. Tagli alla produzione e delocalizzazione da parte delle case automobilistiche coreane fanno prevedere per i prossimi anni volumi produttivi domestici al di sotto dei livelli conseguiti negli anni 2013-2015.

Figura 27 Asia, produzione di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)



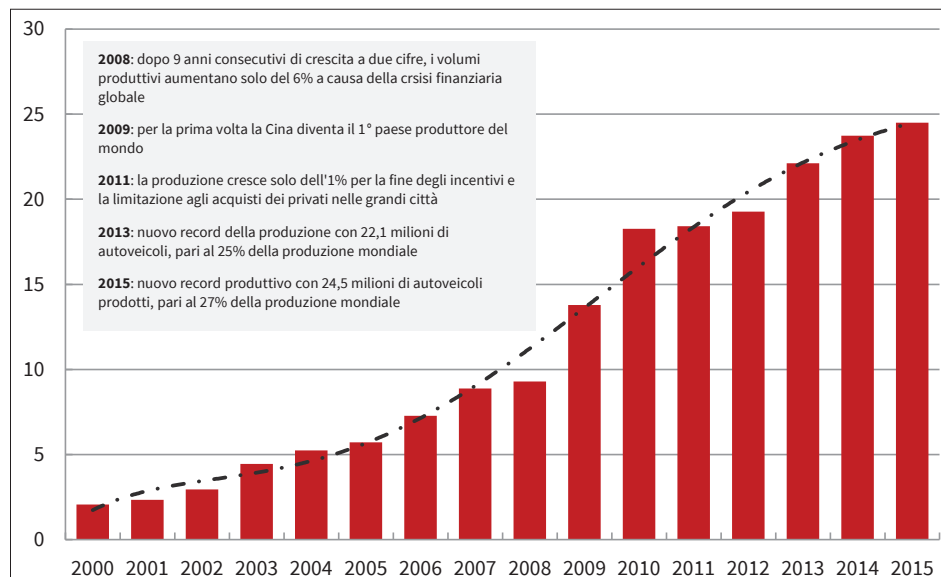
Elaborazione ANFIA

L'ASEAN, un'organizzazione politica, economica e culturale di nazioni situate nel Sud-Est asiatico, che comprende 10 Nazioni (Indonesia, Malesia, Filippine, Singapore, Thailandia, Brunei, Vietnam, Laos, Birmania, Cambogia) è una regione in forte espansione. L'ASEAN, situata tra due 'giganti' quali Cina e India, costituisce una piattaforma produttiva stra-

tegica di accesso all'intero continente asiatico. Le economie ASEAN, con una popolazione complessiva di circa 600mln di abitanti, crescono ad un tasso medio vicino al 5% annuo. Nel 2015 la formazione della Comunità Economica (AEC) dell'ASEAN ha l'obiettivo di raggiungere l'integrazione economica regionale, puntando alla formazione di una regione economica altamente competitiva grazie alla libera circolazione di merci, servizi, investimenti, manodopera qualificata e un flusso di capitali più libero. Nel 2015 nell'area sono stati prodotti 3,8mln di autoveicoli, in calo del 3,5% rispetto al 2014. La Thailandia occupa la 12° posizione nella classifica mondiale dei Paesi produttori con 1,9mln di veicoli prodotti; l'Indonesia produce 1,1mln di veicoli prodotti (-15%) e la Malesia 615mila (+3,3%). Lo sviluppo dell'economia e della crescente classe media favoriranno la domanda interna di auto nei Paesi federati ASEAN, non solo, la regione potrà diventare un'importante base produttiva per veicoli destinati all'export.

La produzione del continente asiatico (incluso area pacifico) pesa per oltre il 52% sulla produzione mondiale, la Cina da sola vale il 27%. Nel 2010 la Cina è diventato il più grande sito produttivo automotive del mondo con oltre 18mln di veicoli prodotti (+32,6% sul 2009), triplicando i volumi del 2005, davanti a NAFTA e UE. Nel 2015 sono stati prodotti in Cina 24,5mln di autoveicoli con una crescita del 3,3% sull'anno prima, pari al 26,9% della produzione mondiale.

Figura 28 Cina, produzione nazionale di autoveicoli (2000-2015, milioni di unità)



Elaborazione ANFIA su dati CAAM

La produzione di auto ha superato 21,08mln di unità, con un incremento del 5,8% sul 2014, l'output ha riguardato: 11,6mln di autovetture (-7%), 2,1mln circa di MPV (+7,6%), oltre 6,2mln di SUV (50%) e 1,1mln di utility vehicle (-17%). Il segmento dei SUV rappresenta quasi il 30% di tutte le auto prodotte, sostenuto dalla forte domanda interna. Nel 2015 il comparto dei veicoli commerciali e industriali registra un calo del 10%, con 3,4mln di veicoli, così ripartiti: 2,5mln di LCV, +4,7%; 903mila autocarri medi-pesanti -22%. La pesante contrazione del comparto dei veicoli pesanti è stata determinata dalla debole domanda dell'industria delle costruzioni e dall'introduzione di misure più stringenti adottate per ridurre i livelli emissivi dei veicoli e aumentare l'efficienza dei carburanti, che hanno spinto in alto i costi di produzione e i prezzi dei veicoli. I costruttori di autocarri, per assicurare la profittabilità del settore, stanno puntando sulle tecnologie *hi-tech*, enfatizzando i servizi post vendita e le attività collaterali.

In valore, il trade del settore automotive registra nel 2015 il primo calo dal 2009, il commercio di veicoli e componenti vale complessivamente 160,9mln di US\$ (import ed export), il 14% in meno rispetto al 2014.

Il valore delle importazioni di veicoli e motoveicoli è stato di 45,3mln di US\$ nel 2015, in calo del 25,9%, mentre quello dei componenti importati è stato di 32,4mln di US\$ (-14,5% sul valore del 2014). **Complessivamente il settore automotive ha registrato un valore dell'import pari a 77,6mln di US\$ (-21,5%), il valore più basso degli ultimi 7 anni.** Il valore complessivo delle esportazioni è stato di 83,3mln di US\$ (-14% sul 2014), così ripartiti: 17,76mln di US\$ i veicoli (incluso rimorchi e motoveicoli) e 65,53mln di US\$ i componenti.

In volume, i principali Paesi di importazione di autoveicoli per la Cina sono: Giappone, USA, Germania, UK, Sud Corea e Messico. Per quanto riguarda l'export, i principali mercati di destinazione dei veicoli cinesi sono: Iran, Vietnam, Thailandia, Myanmar, Venezuela e Cile (nel 2014 risultavano al 3° e al 4° posto i mercati di Algeria e Russia). Per le importazioni di componenti il primo Paese di origine è la Germania (seguono Giappone, Sud Corea, USA, Messico, Francia e Rep. Ceca, Ungheria, Thailandia e Spagna). Le esportazioni di componenti cinesi sono destinate principalmente a: USA, Giappone, Corea, Germania, Messico, UK, India, Russia, Canada e Thailandia.

In **Giappone** è stato prodotto il 10,2% della produzione mondiale di autoveicoli, pari a 9,28mln di unità, il 5% in meno del 2014. L'export ha riguardato invece 4,58mln autoveicoli (+2,5% sul 2014), che rappresentano il 49% della produzione nazionale. La prosperità dell'industria automotive domestica giapponese dipende quindi moltissimo dalle sue esportazioni: il 38% degli autoveicoli è destinato al Nord America; il 35% in Asia/Pacifico (di cui il 14% in Medio-Oriente); il 16% in Europa; il 7% in Centro-Sud America e il 4% in Africa. Nel 2015 la **produzione/assemblaggi overseas dei costruttori giapponesi** ha raggiunto 18,1mln di autoveicoli (+3,5%), di questi 9,47mln prodotti in Asia, 1,67 in Europa (di cui 1,4 in UE), 4,82

in Nord America, 1,82 in America Latina, 218mila in Africa, 91mila in Oceania. Si riducono i volumi prodotti in Europa (-2,5% sul 2014), in particolare in Russia (-22%), Turchia (-7%), Spagna (-25,8%) e in UK (-0,9%) e in Africa (-10%).

In **India**, dopo il record produttivo raggiunto nel 2012 con 4,17mln di autoveicoli, la produzione di autoveicoli si è ridimensionata a 3,88mln di unità nel 2013 (-7% sul 2012) e a 3,84mln nel 2014 (-1,5% sul 2013). Nel 2015 la produzione si è nuovamente attestata sopra i 4,1mln di autoveicoli (+7,3%).

In **Corea del Sud** sono stati prodotti 4,56mln di veicoli (+0,7%). La Corea del Sud è il 5° Paese produttore al mondo, dopo Cina, USA, Giappone e Germania. Nel 2015 le esportazioni hanno invece riguardato 2,97mln di autoveicoli (-2,9%), pari al 65% della produzione domestica. Per quanto riguarda le aree di destinazione, il 52,8% è destinato al continente americano (NAFTA: 43,2% e Centro-Sud America: 9,6%), il 15,3% in Europa (UE: 12,9% e Resto Europa: 2,4%), il Medio Oriente con il 18,2%, il 3,4% in Africa e il 10,3% in Asia-Oceania.

I Paesi produttori di autoveicoli, confederati in **ASEAN**, hanno raggiunto i 4,4mln di autoveicoli nel 2013, che a fine 2015 si sono ridotti a 3,8mln. La Thailandia, considerata la Detroit dell'Asia, è il Paese produttore più importante dell'area ASEAN (1,9mln di veicoli prodotti nel 2015, erano 2,4 nel 2012).

8.3 Trend 2016

8.3.1 Mercato autoveicoli

Nel periodo gennaio-giugno 2016, il mercato delle autovetture totalizza in **Cina** 11,04mln di nuove registrazioni, +9,4%. La domanda è sostenuta dagli sgravi fiscali previsti per le auto di piccola cilindrata e dalle condizioni facilitate per la concessione di crediti, misure comunque in scadenza a fine anno. Il trend positivo continuerà per tutto il 2016, sostenuto dalla domanda di SUV, che sta spingendo i costruttori locali cinesi ad aumentare la propria presenza in questo segmento. L'Associazione di categoria, CAAM, mantiene la sua previsione di crescita al 6% del mercato auto per il 2016. Alcuni analisti invece prevedono che il mercato autovetture (incluso SUV, MPV e UV) possa raggiungere nel 2016 un nuovo record attorno a 23mln di unità, superando i 21,08mln del 2015. Nella prima metà del 2016 la domanda di autoveicoli registra un aumento del 10,5% in **Corea del Sud** e una flessione del 4,8% in **Giappone**.

Nei primi cinque mesi 2016, la domanda di autoveicoli risulta in aumento in India (+7,4%), Filippine (+25%), Singapore (+84%) e Vietnam (+37%), ma in calo in Indonesia (-0,7%), Thailandia (-2%) e Malesia (-17,6%) (dati Fourin).

8.3.2 Produzione autoveicoli

In Cina, nel 1° semestre 2016, **la produzione di autoveicoli ha totalizzato oltre 12,8mln di autoveicoli, in rialzo tendenziale del 6,5%**. Il comparto delle autovetture, in aumento del 7,3%, ha superato gli 11mln di esemplari prodotti. In Cina la produzione di autovetture (è prevista crescere fino al 2020 ad un tasso medio annuale attorno al 5,4% (previsioni Business Monitor), per soddisfare sia la domanda interna, prevista in aumento, sia l'export. La produzione di veicoli industriali sarà invece condizionata dal rallentamento dell'economia in generale. Nella prima metà del 2016 con 1,79mln di veicoli commerciali e industriali, la produzione registra un incremento dell'1,5%.

In diminuzione la produzione domestica di autoveicoli in Corea del Sud (-5,4%) e in Giappone (-3,3%). Nei primi cinque mesi 2016 cresce la produzione in India (+2,1%), Thailandia (+3,5%), ma si contrae in Indonesia (-0,7%), Malesia (-19,6%), dati Fourin.

9 Focus Italia

Sommario 9.1 Sintesi economica. – 9.2 La filiera produttiva italiana. – 9.2.1 Fabbricazione di autoveicoli. – 9.2.2 Componentistica. – 9.3 Il mercato degli autoveicoli e dei rimorchi. – 9.3.1 Autovetture. – 9.3.2 Il trasporto delle merci e il mercato di furgoni, autocarri e rimorchi. – 9.3.3 Il trasporto collettivo di passeggeri e il mercato autobus. – 9.4 Trend 2016. – 9.4.1 Mercato autoveicoli. – 9.5 Il parco circolante.

9.1 Sintesi economica¹

Nel 2015 il **PIL** ai prezzi di mercato è stato pari a 1.636.372mln di € correnti, con un aumento dell'1,5% rispetto all'anno precedente. **In volume² il PIL è aumentato dello 0,8%**, registrando una crescita dopo tre anni consecutivi di flessioni. **I dati disponibili per i maggiori Paesi sviluppati indicano invece per il 2015 un aumento del PIL in volume negli Stati Uniti del 2,6%, in UK del 2,2%, in Germania dell'1,5%, in Spagna del 3,2%, in Francia dell'1,3% (dati FMI, ottobre 2016).**

Nei primi mesi del 2016 gli indicatori congiunturali qualitativi confermano i segnali di debolezza dal lato dell'offerta. Dal lato della domanda, alle incertezze legate all'evoluzione del commercio mondiale si accompagnano la stabilità della crescita dei consumi e i primi segnali di ripresa degli investimenti.

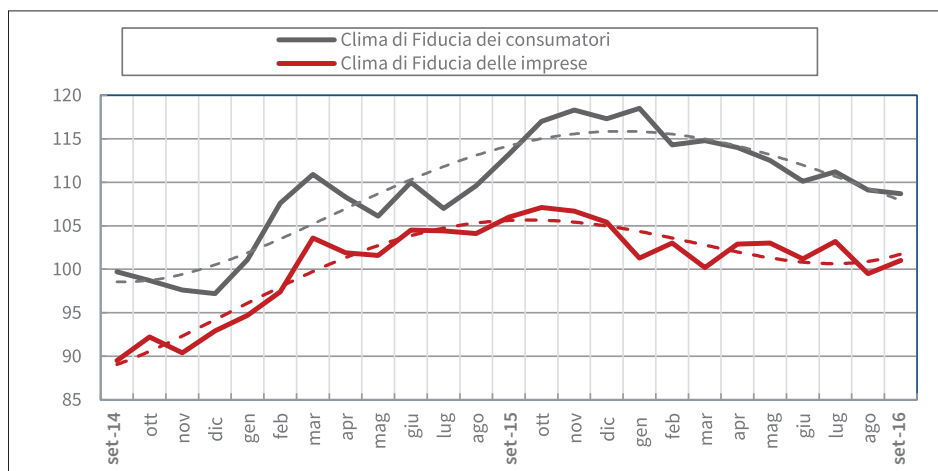
Nel 2015 la **pressione fiscale** è risultata pari al 43,5%, in diminuzione di 0,1 punti percentuali rispetto all'anno precedente, contro una media europea del 40,6% (dato 2014). A pesare di più nel nostro Paese sono le imposte sulla produzione (15,5%), seguite da quelle sui redditi (14,7%) e dai contributi (13,4%), secondo gli ultimi dati disponibili riferiti al 2014.

Nell'anno 2015 si è registrato un **indebitamento netto** pari al 2,6% del PIL, in diminuzione di 0,4 punti percentuali rispetto al 2014.

¹ La fonte delle informazioni e dei dati dell'Italia contenuti nella sintesi è ISTAT in data 30 aprile 2016.

² Valori concatenati con base di riferimento all'anno 2010.

Figura 29 Italia, clima di fiducia dei consumatori e delle imprese (indici destagionalizzati base 2010=100)



ANFIA, Area Studi e Statistiche, grafico su dati ISTAT

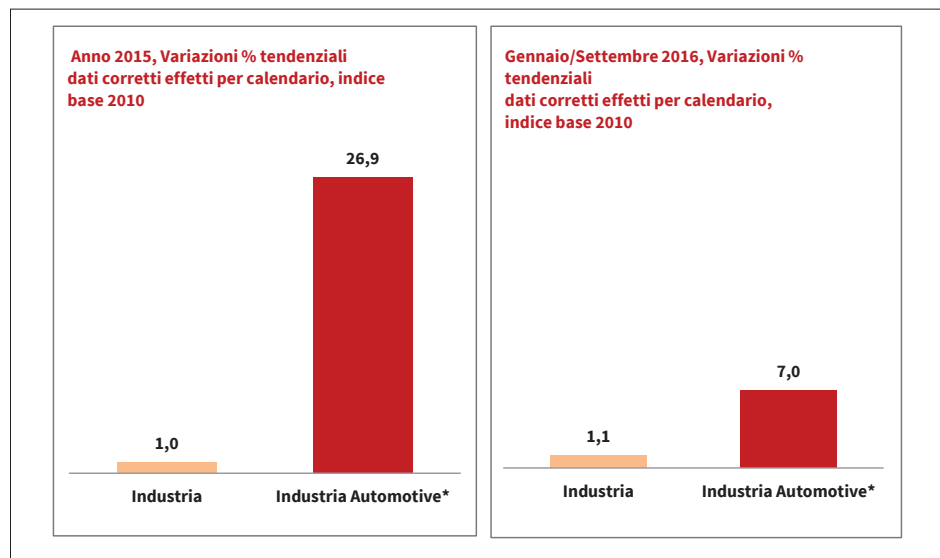
Nel 2015 la spesa per **consumi finali delle famiglie residenti** è cresciuta in volume dello 0,9%, dopo la crescita del 2014 (+0,6%), confermando la controtendenza rispetto all'accentuata diminuzione degli anni precedenti: -2,5% del 2013 e -3,9% del 2012. La spesa per consumi di beni è aumentata dell'1,4%, quella di servizi dello 0,7%. **In termini di funzioni di consumo gli aumenti più accentuati, in volume, riguardano la spesa per trasporti (106,7mld di € e +5,5% l'incremento annuo), per l'istruzione (+2,7%) e per ricreazione e cultura (+2,4%).** Tenuto conto dell'inflazione, il **potere di acquisto delle famiglie consumatrici** è aumentato nel 2015 dello 0,8%. La **propensione al risparmio delle famiglie consumatrici** nel 2015 è risultata pari all'8,3%, invariata rispetto al 2014. Il **clima di fiducia dei consumatori** si mantiene a livelli alti nel 2015, ma con valori in calo nel 2016.

Gli **investimenti fissi lordi**, dopo le flessioni degli anni precedenti (-9% nel 2012, -6,6% nel 2013 e -3,4% nel 2014), nel 2015 registrano un segno positivo dello 0,8%. Nel complesso, la contrazione degli investimenti italiani nel periodo di crisi è stata marcatamente superiore a quella degli altri principali Paesi europei. Ponendo a 100 la media degli investimenti nel 2011, alla fine del 2015 la Germania e la Spagna mostravano dei livelli superiori a tale quota, la Francia oscillava intorno a 100 mentre il livello dell'Italia era pari a circa 85.³ **Il rafforzamento della ripresa italiana**

3 Nota mensile ISTAT, n. 3, 2016

richiede una crescita duratura degli investimenti. L'indice della produzione industriale (escluse costruzioni), nella media dell'intero anno, è aumentato dell'1%. Nel 2015 tra le attività più dinamiche si registra la crescita delle industrie di fabbricazione di mezzi di trasporto: +16,8%, in particolare cresce la **produzione dell'industria automotive** (codice Ateco: 29), **con un aumento tendenziale del 26,9%**.

Figura 30 Italia, produzione industriale (2015 e gennaio-settembre 2016, variazioni %)



Elaborazione ANFIA su dati ISTAT

Nella media dei primi 9 mesi 2016, la produzione industriale è aumentata dell'1,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre la produzione dell'industria automotive nel suo complesso è aumentata del 7%. Secondo le consuete domande sulla capacità produttiva, nel secondo trimestre del 2016 il grado di utilizzo degli impianti si attesta al 76%. Il 27% la quota di operatori che segnala la presenza di ostacoli all'attività produttiva (insufficienza della domanda e vincoli finanziari).

Per quel che riguarda **i flussi con l'estero**, nel 2015 le esportazioni di beni e servizi sono aumentate del 4,3% e le importazioni del 6,0%, ma per deflatore dei prezzi export e import risultano in calo rispettivamente dello 0,4% e del 2,7%. Guardando al solo **commercio estero di beni**, nella media del 2015, risultano in crescita sia le esportazioni (+3,8% in valore, +1,9% in volume) sia le importazioni (+3,3% in valore, +7,1% in volume). L'espansione dell'export è distribuita equamente tra Paesi UE (+3,9%) e Paesi extra UE (+3,6%); l'incremento delle importazioni è molto più

ampio al netto dell'energia (+7,7%). **L'avanzo commerciale raggiunge i 45,2mld (+78,7mld al netto dei prodotti energetici)**. Nel 2015, i mercati più dinamici per l'export sono gli Stati Uniti (+20,9%), il Belgio (+10,6%), l'India (+10,3%) e la Spagna (+10,1%). I mercati di destinazione in sofferenza sono Russia (-25%) e Mercosur (-14,7%). **ISTAT segnala la forte crescita nel 2015 delle vendite all'estero di autoveicoli (+30,8%)**. Nel 2015, le importazioni dalla Polonia (+18,6%) e dai Paesi EDA (+17,7%), così come quelli di mezzi di trasporto autoveicoli esclusi (+25,6%) e di autoveicoli (+19,1%), sono risultati in forte aumento.

Il trade 2015 dell'industria automotive (autoveicoli e componenti) presenta un saldo positivo di oltre 1mld di €, che risulta dal saldo negativo del comparto autoveicoli/carrozzerie di 4,88mld di € e dal saldo positivo del comparto componenti di 5,89mld. Ad incidere pesantemente è il saldo negativo delle autovetture nuove, -7,5mld di €, risultante dalla quota di vendite di auto estere in Italia (circa il 70% dell'immatricolato) e dal flusso estero proveniente dal costruttore nazionale. Il valore dell'export del settore automotive (autovetture, carrozzerie, componenti) pesa per il 9,1% di tutto il valore dei beni esportati (era l'8,1% nel 2014).

In generale il confronto tra le dinamiche dell'export dell'Italia e quelle dei Paesi UE evidenzia come, nel 2015, il contributo dell'Italia alle esportazioni dell'area UE abbia registrato un lieve calo rispetto al 2014 (da 8,6% a 8,5%), sintesi di una omogenea riduzione della quota nazionale sia sul mercato interno europeo (da 7,5% a 7,4%) sia rispetto all'area extra UE (da 10,6% a 10,4%). Tra i principali Paesi, solo la Germania ha incrementato la quota sull'export dell'UE (da 24,3% a 24,7%), la Francia è rimasta stabile mentre la Spagna ha subito una contrazione di un decimo di punto.

Nella prima metà del 2016, si assiste al rallentamento del commercio di beni: il valore dell'export è allineato ai valori di gennaio-giugno 2015, mentre il valore delle importazioni è diminuito del 2,9% (dati grezzi). Il saldo della bilancia commerciale rimane positivo, pari a 23,3mld di €, che sale a 35,5mld al netto dei prodotti energetici. Il contributo dell'Italia alle esportazioni dell'Area Euro è stabile (11,1%), mentre sono in aumento quelli di Germania (da 32,0% a 32,5%), Francia (da 12,2% a 12,3%) e Spagna (da 6,8% a 7,0%). Secondo le rilevazioni di ISTAT, l'export di autoveicoli cala dello 0,7% a gennaio-giugno 2016, mentre le importazioni di autoveicoli crescono del 23%, a fronte di una domanda interna molto positiva, che ha influito anche sulla produzione domestica di autoveicoli (nei primi sei mesi del 2016 sono usciti dagli stabilimenti italiani circa 573mila autoveicoli, il 10,3% in più rispetto allo stesso periodo del 2015, già in aumento del 43% su gennaio-giugno 2014).

9.2 La filiera produttiva italiana

9.2.1 Fabbricazione di autoveicoli

Secondo i dati preliminari raccolti da ANFIA tra le aziende costruttrici, nel 2015 la produzione domestica di autoveicoli registra **un aumento del 45% con 1.014.000 unità**, così ripartite: autovetture 663mila (+65%, pari a circa 262mila vetture in più), 317mila veicoli commerciali (+17%) e 33.700 veicoli industriali (+32%).

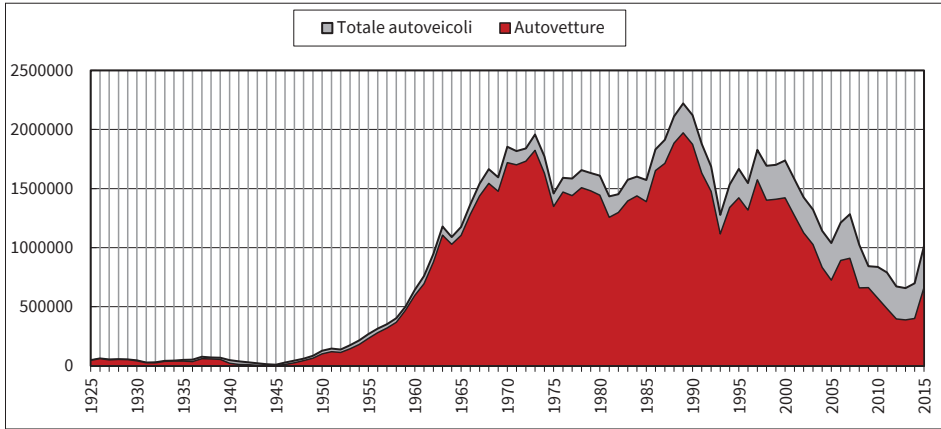
Tabella 11 Italia, produzione di autoveicoli (2015-2014)

	volumi		var. %	% export
	2015	2014	15/14	su prod.
autovetture	663.139	401.317	65	58
veicoli commerciali	317.365	270.970	17	84
veicoli industriali	33.719	25.577	32	64
totale autoveicoli	1.014.223	697.864	45	67

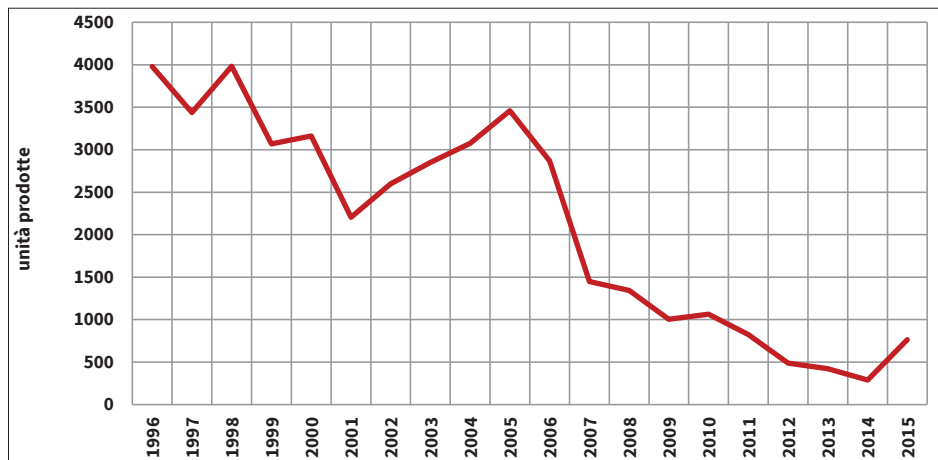
Fonte: dati ANFIA

Sono **più che raddoppiati i volumi delle autovetture destinati all'estero**, che rappresentano il 58% della produzione domestica. L'84% dei veicoli commerciali prodotti in Val di Sangro (SEVEL) e a Suzzara (CNH) è destinato ai mercati esteri, mentre è esportato il 64% dei veicoli industriali (autocarri e autobus) prodotti in Italia. L'export 2015 nel suo complesso ha superato i volumi del 2007. Domanda interna ed export hanno trainato la produzione di autoveicoli in Italia nel 2015. La media delle autovetture prodotte nel decennio 2006-2015 è stata di 603mila auto con un massimo di 911mila unità nel 2007 (che fu anche l'anno record delle vendite) e un minimo di 388mila unità nel 2013. Grazie ai modelli Jeep Renegade e Fiat 500X prodotti nello stabilimento di Melfi, **il segmento dei SUV pesa nel 2015 per il 46%** della produzione totale di auto contro il 7,9% del 2014. Il peso dei modelli prodotti dei segmenti A, B e C è passato dall'81% del 2014 al 49% del 2015.

Figura 31 Italia, produzione di autoveicoli e autovetture (1925-2015)



Nel comparto dei **veicoli industriali**, il segmento degli autobus presenta un volume pari a 765 unità prodotte (era di 289 unità nel 2014, di 1.500 nel 2007, di 2.900 la media annua 2000-2006). Il settore ha pagato i deficit dell'azione pubblica, nella quale sono mancati una pianificazione del trasporto pubblico e una strategia di intervento a medio termine, indirizzati all'efficienza e alla qualità del servizio indispensabili per garantire la mobilità delle persone. La conseguenza è stata l'indebolimento di un settore industriale, presente invece in tutti i *major market* europei. Il parco autobus è il più 'anziano' (età media 12,2 anni) tra le diverse tipologie di veicoli circolanti in Italia, un dato particolarmente preoccupante perché gli autobus sono quelli destinati al trasporto collettivo delle persone, con percentuali di utilizzo nettamente superiori a quelle di un'auto privata e con conseguenze molto negative per l'ambiente (emissioni e consumi) e per la sicurezza stradale.

Figura 32 Italia, produzione di autobus (1996-2015)


Fonte: dati ANFIA

I dati rilevati da ISTAT confermano la ripresa particolarmente consistente dell'industria automotive nazionale, in particolare per la produzione nazionale di autoveicoli e loro motori (codice Ateco 29.1), come è stato riportato dalle rilevazioni ANFIA, il cui incremento tendenziale annuale è stato del 42,5%; mentre la produzione di carrozzerie di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi (codice Ateco 29.2) registra un aumento del 16,8% e la produzione di parti ed accessori per autoveicoli (codice Ateco 29.3, che non include gli pneumatici) registra una crescita del 10,7% nel 2015.

Gli indici dei nuovi **ordinativi totali** (dati grezzi) a gennaio-dicembre 2015, registrano una crescita per il comparto della 'Fabbricazione di autoveicoli' del 20,4%, grazie agli ordinativi sul mercato domestico (+28,3%), che hanno trainato il comparto produttivo dei componenti, i cui ordinativi totali sono aumentati del 15,4%, ma sul mercato interno del 36,1%. Il comparto della 'fabbricazione di carrozzerie per autoveicoli, rimorchi e semirimorchi' registra volumi di ordini in aumento nel 2015 del 12,7%, grazie al mercato estero in aumento del 22%. Complessivamente gli ordinativi totali del settore automotive sono cresciuti del 18,3%, mentre gli ordinativi totali dell'industria italiana, con l'esclusione delle costruzioni, registrano aumenti tendenziali del 5,2%.

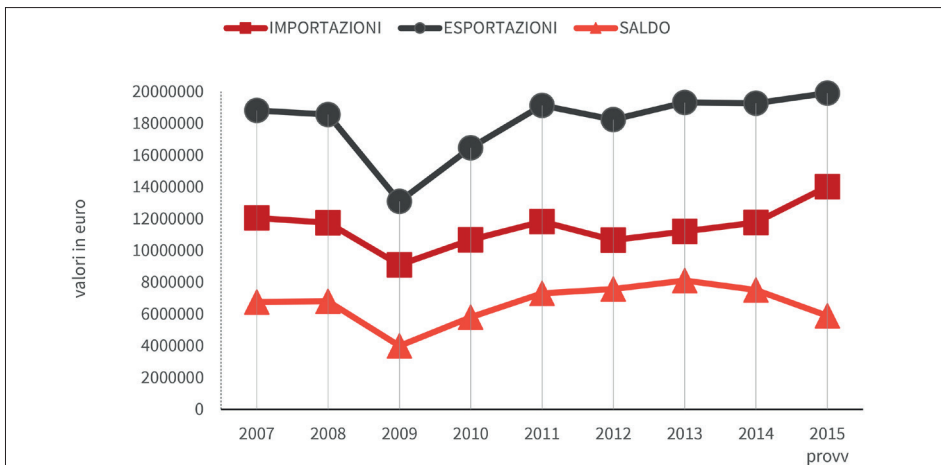
Di riflesso l'andamento del **fatturato**, che per il settore automotive **crece del 20,4%** in gennaio-dicembre 2015, la componente del fatturato interno cresce del 31,8%. La variazione tendenziale positiva del fatturato complessivo dell'industria in senso stretto è stato appena dell'1%, grazie all'export (+2,1%). **Nel 2015 i dati del settore automotive sono quindi molto positivi se raffrontati alle variazioni tendenziali per fatturato e ordinativi dell'industria nel suo complesso.**

9.2.2 Componentistica

L'automotive si caratterizza per l'attività innovativa in comparti ad alta intensità tecnologica. L'innovazione nell'automotive ha assunto negli ultimi decenni un ruolo sempre più centrale. Da un lato l'introduzione nel processo produttivo di **componenti elettronici sempre più sofisticati ha allargato gli ambiti tecnologici coinvolti nella produzione**. Le principali aree di ricerca dell'automotive riguardano oltre all'elettronica, le tecnologie di automazione, le tecnologie di connessione, la ricerca sui materiali, i sistemi di alimentazione, motore e distribuzione. Il 75% di un'auto è costituito da componenti. Secondo le rilevazioni di ISTAT, nel 2015 il fatturato del comparto della 'fabbricazione di componenti e parti per autoveicoli' (codice Ateco 29.3, che esclude gli pneumatici e altri componenti in gomma destinati all'automotive) ha registrato un aumento del 13,4%, con una crescita del 25,2% generata dal mercato domestico e del 2,6% dai mercati esteri.

Il comparto rappresenta da più di vent'anni **una realtà positiva della bilancia commerciale**, dal 2004 al 2008 sopra i 6mld di € all'anno, mentre nel 2009 questo valore è sceso a poco meno di 4mld, riportandosi ai livelli del 1995. Dal 2010 il saldo commerciale è progressivamente cresciuto fino a superare 8,1mld di € nel 2013. Nel 2014 il saldo, pari a 7,51mld di €, è risultato inferiore del 7% rispetto a quello del 2013. **Nel 2015 il valore complessivo delle esportazioni di componenti ha raggiunto 19,91mld di €, con un incremento del 3,3%, mentre il valore delle importazioni di componenti per autoveicoli è ammontato ad oltre 14mld**, in aumento del 19,2% sul 2014, determinando **un saldo commerciale positivo di 5,89mld**, ma in calo rispetto a quello del 2014 del 21,6%.

Figura 33 Italia, trade parti e accessori per autoveicoli (2007-2015, valori in €)



Elaborazione ANFIA su dati ISTAT

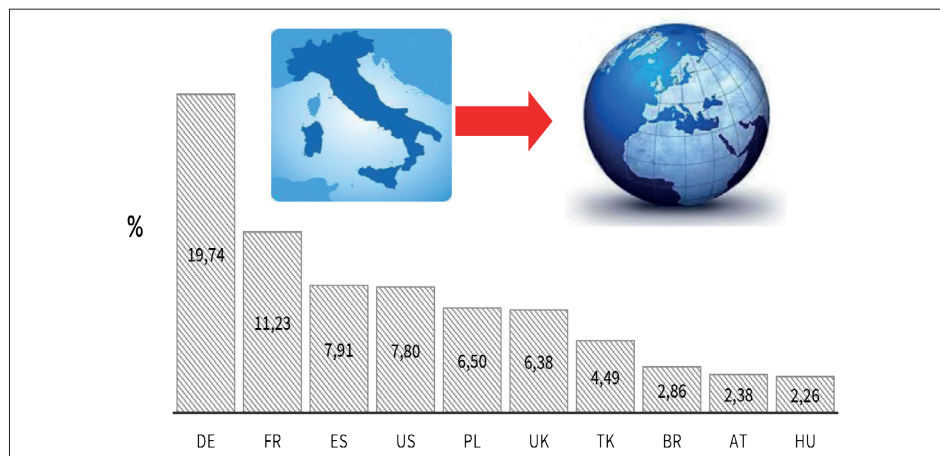
Nel 2015 l'export verso i Paesi UE28 vale 13,74mld di € (+2,9%) e pesa per il 69% di tutto l'export componenti. Determina un avanzo commerciale di 3,65mld di € (4,62mld il saldo del 2014). L'export UE28 è così ripartito:

- 10,85mld (+1,4%) con destinazione UE15 e uno share del 54,5% sul totale esportato; saldo positivo di 3,77mld di €;
- 2,89mld (+9%) con destinazione UE13 e uno share del 14,5%; saldo negativo di 126mln di €. È aumentato il valore delle esportazioni di componenti destinati a Ungheria (+42,5%), Slovenia (+24,6%), Bulgaria (+16,5%);

L'export verso i Paesi extra UE è di 6,17mld di € (+4,2%), pesa per il 31% di tutto l'export componenti e produce un saldo positivo di 2,24mld di € (2,89 il saldo del 2014).

La classifica dell'export per Paesi di destinazione vede al 1° posto la Germania per oltre 3,9mld di € (-1,2% la variazione tendenziale) e una quota del 19,7% sul totale; seguono Francia (+4,2%), Spagna (+10,5%), USA (+6,9%), Polonia (+2,2%), Regno Unito (-4,9%), Turchia (+13,4%), Brasile (+11,2%), Austria (-4,9%), Ungheria (+42,5%).

Figura 34 Italia, export di componenti, Top 10 Paesi di destinazione (2015, valori %)



Elaborazioni ANFIA su dati ISTAT

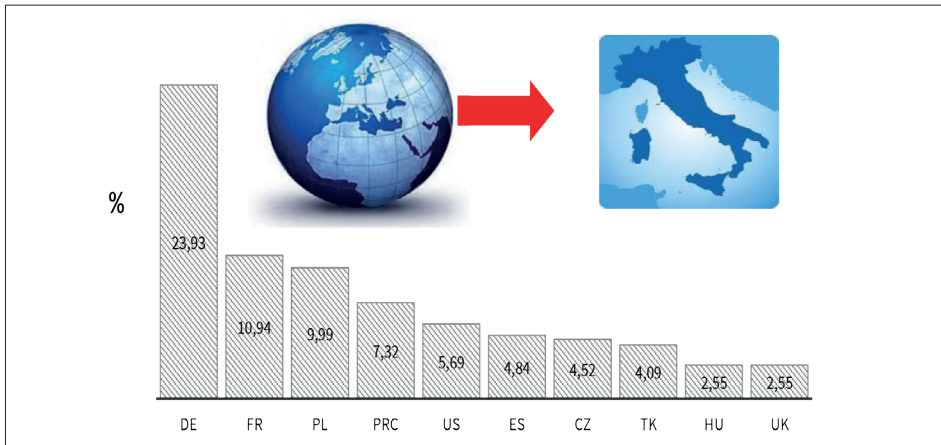
L'UE28 pesa per il 72% sul valore totale delle importazioni di componenti con 10,1mld di € (+15,6% sul 2014), così ripartiti:

- 7,08mld (+10,9%) di provenienza UE15 con uno share del 50,5% sul totale importato;
- 3,01mld (+28,3%) di provenienza UE13 con uno share del 21,5%.
È aumentato il valore delle importazioni di componenti provenienti

da Polonia (+26%), Repubblica Ceca (+67%), Ungheria (+29,5%), Slovacchia (+21%).

Il valore delle **importazioni** dai Paesi Extra-UE ammonta ad 3,93mld di € (+29,8% sul 2014). Nell'ordine i primi sei Paesi extra-UE d'importazione sono: Cina, USA, Turchia, Giappone, Messico e India. La classifica dell'import per Paesi di origine vede al 1° posto Germania 3,36mld di € (+9,1%) e una quota del 23,9% sul totale, seguono Francia (+3,5% e 10,9% di quota), Polonia (+26% e 10% di quota), che complessivamente rappresentano il 44,8% dell'import. Seguono Cina (+ 6,1% e 7,3% di quota), USA (+152% l'incremento e 5,7% di quota), Spagna (+32% e 4,8% di quota), Repubblica Ceca (+67% e 4,5% di quota), Turchia, Ungheria e Regno Unito.

Figura 35 Italia, import di componenti, Top 10 Paesi d'origine (2015, valori %)



Elaborazioni ANFIA su dati ISTAT

Le esportazioni di componenti e parti per autoveicoli rappresentano il 4,8% del valore di tutti i beni esportati, che sale al 5% se si esclude la componente dei beni energetici. Le importazioni del settore componenti rappresentano il 3,8% del valore di tutti i beni importati, che sale al 4,4% se si esclude la componente dei beni energetici. Nel 1° semestre 2016 l'export di componenti e parti per autoveicoli vale 10,39mld di € (+1%), mentre le importazioni valgono oltre 7,3mld di € (+3,9%). Il saldo è positivo per 3,068mld di €.

9.3 Il mercato degli autoveicoli e dei rimorchi⁴

Nel 2015 sono stati immatricolati nel nostro Paese oltre 1.726.000 di autoveicoli (+16% sul 2014), che includono 3.650 camper (+8%) e circa 26mila veicoli trainati (leggeri e pesanti, +22%), che includono 963 caravan (+10%).

Tabella 12 Italia, immatricolazioni di autoveicoli e rimorchi (2015-2014)

	volumi		var. %
	2015	2014	15/14
autovetture	1.575.923	1.360.777	15,8
veicoli commerciali	132.774	117.720	12,8
autocarri*	15.149	12.664	19,6
autobus*	2.420	2.147	12,7
totale autoveicoli	1.726.266	1.493.308	15,6
rimorchi leggeri	15.373	14.468	6,3
rimorchi pesanti	912	777	17,4
semirimorchi pesanti	9.672	6.089	58,8
totale rimorchi*	25.957	21.334	21,7

* elaborati per data di emissione del libretto di circolazione

Elaborazioni effettuate nel maggio 2016

9.3.1 Autovetture

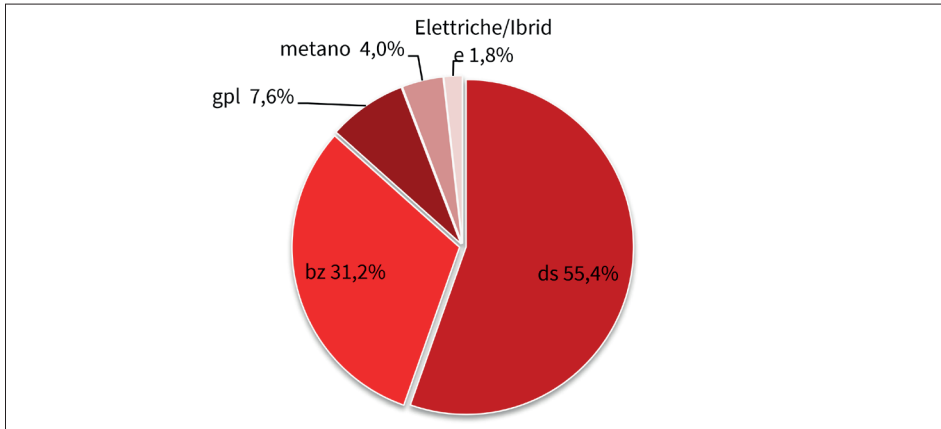
In gennaio-dicembre 2015 le immatricolazioni di autovetture sono state circa 1,58mln, pari ad un incremento di 215mila vendite in più rispetto al 2014 (+16%). Tuttavia si tratta di un valore inferiore del 31% rispetto al volume medio del venduto negli anni 2000-2010 (volume medio di 2,27mln), ma superiore dell'8% al volume medio del periodo degli anni di recessione 2011-2014 (1,45mln di unità). **Le previsioni del mercato per il 2016 sono state riviste in rialzo rispetto ad inizio 2016: il mercato auto potrebbe chiudersi attorno a 1,8mln.**

Nel 2015, sono aumentate considerevolmente le immatricolazioni di auto a benzina, +24,6%, e a gasolio, +16,8%. La quota delle auto a benzina conquista il 31% del mercato e la quota delle auto diesel supera il 55%. Le vetture ad **alimentazione alternativa** calano invece del 3,5%, totalizzando 211mila unità e una quota sul totale mercato del 13,4%. Le vendite di vetture a gas sono diminuite, nel 2015, del 6,5% (le vetture a doppia alimentazione benzina e gpl registrano un calo del 2,7%; le vetture a benzi-

4 Dati dettagliati elaborati da ANFIA e pubblicati su Automobile in cifre online (<http://www.anfia.it>)

na e metano calano del 13%). Le vetture elettriche totalizzano 1.442 unità con un incremento del 31% e le ibride (oltre 26mila) crescono di quasi il 22% rispetto al 2014, tra le ibride si registrano 739 auto plug-in (+174%).

Figura 36 Italia, immatricolazioni di autovetture per tipo di carburante (2015, valori %)



Elaborazioni ANFIA

Il mercato dei **veicoli elettrici** è molto contenuto rispetto a quello di molti Paesi UE, non solo per la scarsa diffusione della rete di rifornimento, ma anche per la minor percentuale di popolazione urbana rispetto agli altri Paesi europei (Italia 68,7%, UK 82,6%, Paesi Bassi 90,5%, Francia 79,5, Germania 75,3, dati Nazioni Unite). La popolazione non urbana, infatti, è meno propensa all'utilizzo di auto ad alimentazione elettrica per la bassa autonomia. Certamente la possibilità di usufruire di una rete di rifornimento capillare dell'elettricità è uno degli elementi che, superate le criticità attuali dovute ai costi e alle tecnologie, ne potrà favorire una maggiore diffusione. Nel suo insieme, il mercato delle auto *eco-friendly* ha permesso all'Italia di diventare, in materia di emissioni inquinanti, uno dei Paesi più virtuosi dell'Unione e di aver raggiunto, già nel 2011 (con 129 g/km CO₂), l'obiettivo fissato per il 2015 dalla Commissione Europea di 130 g/km di CO₂ prodotta dalle nuove autovetture immatricolate.

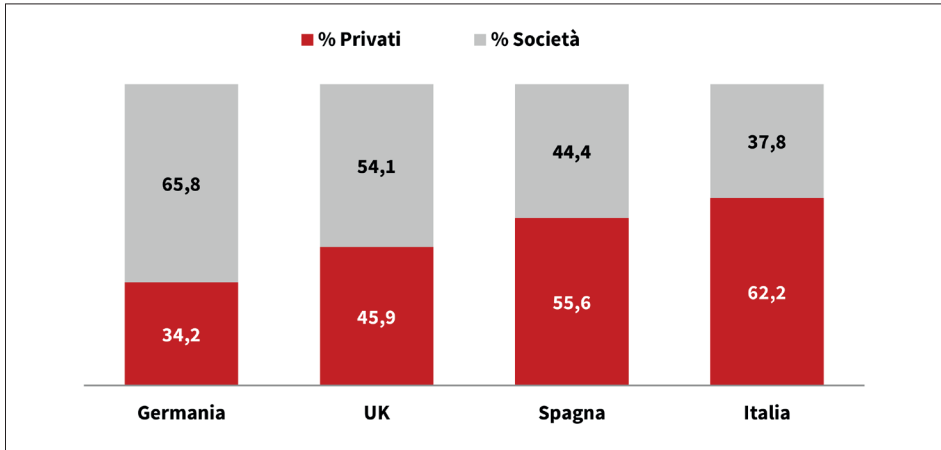
Le emissioni medie di CO₂ delle nuove vetture diesel immatricolate nel 2015 è di 115,4 g/km, di quelle a benzina è di 118,1 di g/km, di quelle ad alimentazione alternativa è di 106,7 g/km, complessivamente per tutte le alimentazioni è di 115,1 g/km (dati elaborati da ANFIA). L'efficienza dei motori diesel è migliore rispetto a quella dei motore a benzina a parità di modello considerato (in tutti i segmenti) e di prestazione del motore stesso (coppia e potenza). Il delta in minori emissioni di CO₂ del motore diesel rispetto a quello benzina si attesta su un range di circa: 5-15 g/km (segmento

B), 10-20 g/km (segmento C), 15-35 g/km (segmento D e superiori). Per i Costruttori, il motore diesel dotato delle più avanzate tecnologie (*clean diesel*), è un fattore essenziale per poter raggiungere gli obiettivi di CO₂ al 2021 di 95 g/km; attualmente le auto immatricolate con emissioni fino a 95 g/km sono il 14,8% del mercato, quelle da 0 a 120 g/km il 73%. Gli altri fattori che incidono positivamente sui risultati positivi di riduzione delle emissioni di CO₂ sono la massa e la cilindrata delle auto, che in Italia risultano inferiore rispettivamente di un quinto e di un terzo rispetto alla media dei Paesi UE. Fiat Group Automobiles⁵ è stato finora uno dei Costruttori in UE con emissioni medie delle nuove auto immatricolate tra le più basse, che risultano inferiori ai 120 g/km, esattamente 116 g/km (dati 2014 di EEA). Nel periodo 2000-2014 il Gruppo Fiat ha mostrato una riduzione delle emissioni medie di CO₂ delle auto immatricolate in UE del 26%, grazie anche alla massa media delle auto di 1.143 kg (1.376 kg la media UE), una delle più basse tra i Costruttori (fonte EEA).

Il mercato 2015 è stato contraddistinto dal **boom delle vendite del noleggio** nel 1° quadrimestre con il 32% di vendite in più rispetto a gennaio-aprile 2014; negli 8 mesi successivi la crescita media si è attestata a +8%. La crescita media annua è stata del 18%. Il mercato delle auto a noleggio, con 312mila nuove immatricolazioni, pesa per circa il 20% del mercato: **1 vettura su 5 viene immatricolata con la formula noleggio. Il noleggio a breve termine ha superato le 119mila unità (+29,4%), mentre il noleggio a lungo termine ha toccato quasi le 192mila nuove registrazioni (+6,2%)**, secondo i dati diffusi da ANIASA (Associazione Nazionale Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici). Il rinnovo delle flotte con nuovi modelli e durate contrattuali medie verso i 36 mesi, ha portato la flotta del noleggio a lungo termine sopra le 570mila unità (+4,5%). Le vendite alle società (persone giuridiche, società di *leasing*, società di noleggio e taxi) registrano nel complesso un aumento del 12% nel 2015 (senza il noleggio l'incremento è stato del 5,5%). Le vendite dirette ai privati, circa 980mila, hanno conquistato il 62% del mercato nel 2015, favorite dall'attività promozionale delle Case automobilistiche, che è proseguita con vigore nei primi 6 mesi del 2016 (+21,6% le vendite). Nel 2015 le vendite ai privati hanno registrato crescita a doppia cifra a partire dal mese di marzo: con un aumento tendenziale del 12% a gennaio-aprile e del 22% a maggio-dicembre. La crescita media annua è stata del 18%.

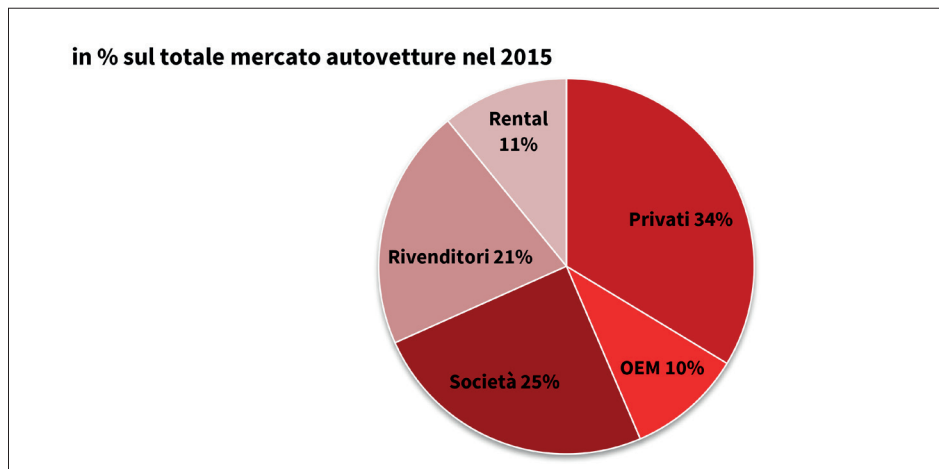
5 Annuncio fusione in FCA a dicembre 2014. I dati qui riportati si riferiscono a Fiat Group Automobiles.

Figura 37 Major market europei, immatricolazioni di autovetture per tipo di acquirente (2015, valori %)



Elaborazioni ANFIA

Nel 2010 la quota dei privati rappresentava il 70,5% del mercato. Sebbene negli anni la quota delle vendite ai privati sia andata comunque riducendosi, in Italia rimane più alta rispetto a molti Paesi europei; per contro, l'incidenza delle auto aziendali in Italia resta molto più bassa che in Francia, Germania, Regno Unito e Spagna. In Germania solo 1 auto su 3 di nuova immatricolazione è intestata direttamente ad un privato; l'incremento delle vendite delle auto 'commerciali' ha influito sulla caduta della domanda dei privati, che nel 2015 registra il record negativo di questi ultimi anni: 1,1mln di auto nuove immatricolate, il 34% del mercato. Secondo VDA, l'associazione di categoria tedesca, le ragioni della 'reticenza' all'acquisto da parte dei privati, è complessa. Tra i motivi VDA evidenzia: la vita più lunga delle auto, che oggi rimangono funzionali, sicure e affidabili più a lungo, l'età media è passata da 8 anni del 2006 a 9 anni del 2015; il risparmio dei cittadini rivolto all'acquisto della casa. La domanda di mobilità dei cittadini tedeschi è sicuramente soddisfatta da un'offerta che consente l'uso dell'auto senza averne la proprietà.

Figura 38 Germania, immatricolazioni di autovetture nuove per tipo acquirente (2015, valori %)

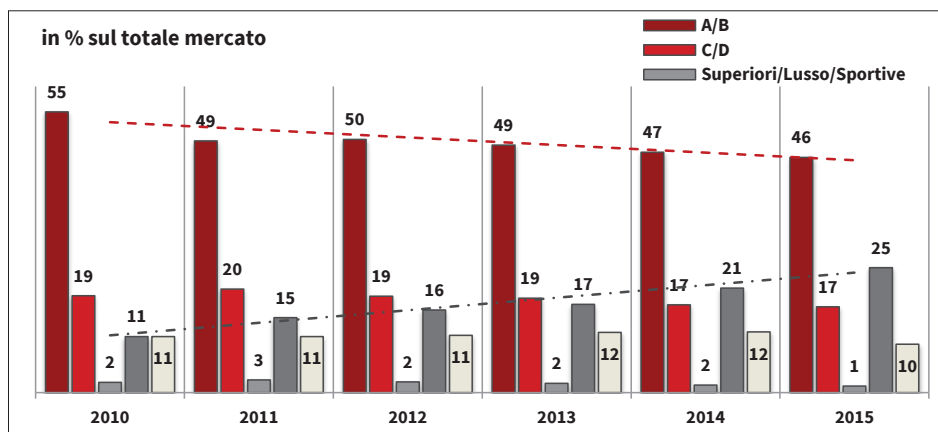
Fonte: Federal Motor Transport Authority

Uno dei freni all'acquisto di auto aziendali, in Italia è rappresentato proprio dalla **pressione fiscale**, che risulta più alta degli altri *major market* europei. Un primo alleggerimento fiscale del quale beneficia l'auto, dopo decenni di aumenti costanti del peso fiscale, **che hanno portato il settore automotive a finanziare l'Erario con 71,86mld all'anno, pari al 16% del gettito totale**, viene dalla Legge di Stabilità 2016, che, ai commi 91-94, punta ad incentivare gli investimenti in beni strumentali nuovi (a partire dal 15 ottobre 2015 e fino al 31 dicembre 2016), attraverso il riconoscimento di una maggiorazione della deduzione ai fini della determinazione dell'IRPEF e dell'Irpef. La maggiorazione del costo fiscalmente ammortizzabile riconosciuto è del 40%, portando al 140% il valore della deduzione complessiva (lo sgravio riguarda tutti i tipi di macchinari produttivi compresi Pc ma non fabbricati e capannoni). Tra i beni beneficiari del super-ammortamento vi sono le auto aziendali acquistate anche in leasing, mentre nessun bonus è previsto per le auto in noleggio a lungo termine. Le auto aziendali che beneficiano del super ammortamento sono quelle utilizzate come beni strumentali d'impresa. Invece per le auto aziendali a deducibilità limitata, ossia le auto intestate direttamente all'azienda che non siano strumentali all'esercizio dell'impresa, la norma prevede un'ulteriore agevolazione: l'innalzamento del 40% dei limiti di spesa, fiscalmente riconosciuti, portando il tetto da 18.075,99 a 25.306,386 €, ed esclusivamente per agenti e rappresentanti d'impresa da 25.822,084 a 36.150,084 €.

Nel 2015, secondo la segmentazione del mercato, crescono molto le vendite di SUV di tutte le dimensioni, che totalizzano 385mila nuove im-

matricolazioni e una crescita del 38%. La quota dei SUV raggiunge il 24,5% del mercato e sono soprattutto i SUV piccoli a crescere (+83%). Le vendite delle vetture di alta gamma (Superiori, Lusso, Sportive, SUV Grandi, Monovolumi Grandi) registrano un recupero del 6,5%, dopo i cali registrati negli anni 2014 e 2013, dovuti all'introduzione del superbollo, che ha penalizzato le vendite dei modelli con potenza superiore a 185 KW, soggetti alla sovrattassa.

Figura 39 Italia, immatricolazioni di autovetture per segmento (2010-2015, valori %)



Elaborazioni ANFIA

Le vendite complessive di vetture dei segmenti A e B passano da una quota di mercato del 52% nel 2008 (anno precedente all'introduzione degli incentivi del 2009, che porteranno la quota al 58%) al 46% del 2015, mentre i SUV (piccoli, compatti, medi, grandi) passano da una quota del 9% al 25% nello stesso periodo.

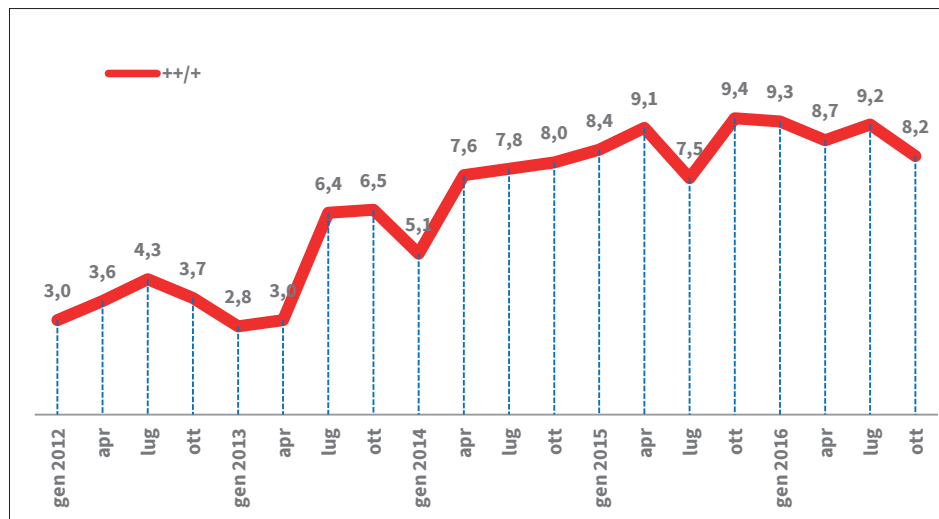
Il **mercato per brand**, vede FCA ottenere un risultato migliore di quello del mercato: +18% con oltre 447mila nuove registrazioni, pari al 28,4% del mercato. Nel 2015 seguono FCA nella classifica per gruppi: Gruppo VW con il 13% di quota (+9,9% l'incremento dei volumi), Gruppo PSA con il 9% di quota (+14,8%), Gruppo Renault con l'8,8% (+16%), Ford con il 6,9% (+19,3%) e GM con il 5,6% (+7,9%). I costruttori giapponesi complessivamente pesano per il 10,5% del mercato (+15,1%), mentre i costruttori coreani pesano per il 5,6% (+16,6% sul 2014).

Bassi tassi d'interesse, **prezzi dei carburanti in calo** (anche se con diminuzioni inferiori a quelle registrate dal petrolio e con l'incidenza delle imposte sul prezzo dei carburanti alle stelle), campagne promozionali molto allettanti, hanno favorito gli acquisti dei consumatori che finalmente hanno potuto sostituire l'auto, dopo anni di continui rinvii. Super rottamazioni e

finanziamenti a bassi tassi di interesse hanno fatto volare il mercato nella prima parte del 2016, con i seguenti incrementi trimestrali: +21% nel 1° trimestre e +17,5% nel 2° trimestre. Complessivamente nella prima metà dell'anno sono state immatricolate 1.042.800 autovetture, 168mila in più di un anno fa. Nel bimestre luglio-agosto 2016 le immatricolazioni di autovetture sono aumentate dell'8,6% sullo stesso bimestre 2015. Pur col 'fiato sospeso' per una situazione politica ed economica sempre in bilico tra ripresa e recessione, i consumi sembrano essere ancora il principale motore della crescita, accompagnati ora da una lieve ripresa degli investimenti.

L'indagine sulle intenzioni di acquisto delle autovetture nei prossimi 12 mesi, pubblicata da ISTAT con il comunicato stampa «Flash Fiducia dei Consumatori e delle Imprese» del 27 luglio, conferma il trend in atto del mercato auto. Gli italiani che hanno espresso un'intenzione favorevole all'acquisto di un'auto nei dodici mesi successivi, sono passati da 5,1% (somma di risposte «certamente sì» e «probabilmente sì») di gennaio 2014 a 9,1% di aprile 2015, per scendere a 7,5% di luglio e risalire a 9,4% ad ottobre 2015. L'indagine rileva ad ottobre 2016 un calo della **propensione all'acquisto** di un'auto nei mesi a venire, che dal 9,2% di risposte «certamente sì» e «probabilmente sì» di luglio 2016 scende a 8,2%.

Figura 40 Indagine sulle intenzioni di acquisto di un'autovettura nei successivi 12 mesi (2012-2016)



Elaborazione ANFIA su dati ISTAT

9.3.2 Il trasporto delle merci e il mercato di furgoni, autocarri e rimorchi

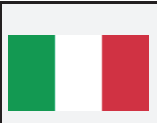




L'Italia, tra il 2008 e il 2014, ha perso il 35% delle merci movimentate su strada in mld di tkm (da 180,5mld di tkm a 117,8); solo nel 2011 il calo è stato del 18,7% sul 2010 e nel 2012 è stato del 13,2% sull'anno prima. Dopo una leggera ripresa nel 2013, che aveva fatto sperare in un'inversione di tendenza, nel 2014 si assiste ad una flessione del 2,6%, portando le tonnellate per km di merci, movimentate in un anno, al livello più basso degli ultimi dieci anni. Purtroppo **anche nel 2015 le merci movimentate risultano in ulteriore calo dello 0,8% con 116,8mld di tkm** (dato pubblicato da Eurostat, Statistical Office of the European Union).

Tuttavia, il trasporto merci su strada continua ad essere la modalità preferita. Molto pesante il ridimensionamento delle tkm di merci movimentate per distanze fino a 50 km che, secondo ISTAT, è stato tra il 2008 e il 2014 del 42%. Un crollo che fa ben riflettere sulla gravità della crisi, con consumi per anni in calo, inclusi quelli alimentari, una pesante contrazione della produzione industriale, un alto tasso di disoccupazione, una pressione fiscale tra le più alte in Europa. Nel 2014 il traffico nazionale su strada ha movimentato 102,3mld tkm di merci, mentre il traffico internazionale 15,5mld. Il 53% delle tkm di merci è movimentata su distanze di percorrenza entro i 300 km, il 29% oltre i 500 km. Analizzando altri indicatori di settore, si evidenzia che **nel 2015 migliora il traffico dei veicoli pesanti sulle autostrade**, misurato in milioni di veicoli-km, cresciuto del 3,8% nel 2015 e dello 0,7% nel 2014, dopo il calo del 2,3% nel 2013. Si rileva purtroppo un aumento del 14,6% degli incidenti stradali sulle autostrade con veicoli pesanti (dati Aiscat). Secondo l'indagine di Confetra (Confederazione Generale Italiana dei Trasporti e della Logistica), l'andamento del traffico delle merci su gomma è caratterizzato da segni positivi: + 3% i viaggi e + 3,2% il fatturato per i trasporti nazionali; +2,7% i viaggi e +3% il fatturato per i trasporti internazionali; + 2,4% consegne e fatturato dei corrieri nazionali; +8% consegne e +6% fatturato degli *express courier*.

Il commercio delle merci e la loro modalità di trasporto sono sempre più influenzati dall'**eCommerce**, il valore dell'acquistato è passato da 6,6mld di € del 2009 a 16,6mld del 2015, secondo i dati sviluppati dal Politecnico di Milano. La crescita nel 2015 è stata del 16% sul 2014, pari a 2,2mld di €. La penetrazione del mercato eB2c ha raggiunto il 4% delle vendite retail. Se si prendono come riferimento i principali mercati europei (UK, Germania, Francia e Spagna), gli USA e i principali mercati orientali (Corea del Sud e Giappone) troviamo tassi di penetrazione dell'eCommerce decisamente superiori a quello italiano e tassi di crescita solo leggermente inferiori. I settori che più contribuiscono alla crescita sono: turismo (+14%), informatica ed elettronica di consumo (+21%), abbigliamento (+19%) ed editoria (+31%). Rilevante anche l'apporto di settori emergenti, quali: *food & grocery*, arredamento e *home living, beauty* e giocattoli. La

composizione del paniere degli acquisti online è un indicatore di maturità del settore. Dall'analisi emerge che in quasi tutti i principali mercati internazionali il peso dei prodotti sul totale acquisti eCommerce prevale su quello dei servizi, mentre in Italia i servizi hanno ancora un'incidenza elevata (nel 2015 valgono il 60% dell'acquistato online da consumatori italiani, ma i beni registrano una crescita annuale più alta).

Figura 41 Major market europei, penetrazione e-commerce nel retail (2014)

				
Italia 3,5%	Regno Unito 15%	Germania 8%	Francia 7%	Spagna 4%

Fonte: Osservatorio eCommerce B2C Netcomm - School of management Politecnico di Milano

In Italia nel 2015 è aumentata rispetto al 2014 la quota di internauti, ovvero degli utilizzatori di internet, che hanno effettuato acquisti online e quella di imprese che vendono online; in quest'ultimo caso rimane il divario tra piccole e grandi. Secondo le indagini di Eurostat, l'Italia è lontana dagli obiettivi europei 2015 che fissavano al 33% la quota di PMI che hanno effettuato vendite online nell'ultimo anno per almeno l'1% del fatturato totale e al 50% la quota di popolazione di 16-74 anni che ha fatto acquisti online negli ultimi 12 mesi; gli indicatori oggi sono rispettivamente a 6,5% e 26%. Il commercio online va ad incidere particolarmente sul traffico urbano e sulle modalità di consegna, rendendo necessari nuovi modelli logistici.

I fattori che hanno influito sul rapido sviluppo del **mercato dei veicoli commerciali con ptt ≤3,5 tonnellate** fino al 2007, hanno riguardato lo sviluppo delle attività terziarie, la capillarità e il forte aumento della rete di distribuzione delle merci di largo consumo, la chiusura delle aree urbane ai mezzi pesanti. Dal 2008 la domanda di veicoli commerciali è tornata ai livelli dei primi anni novanta (triennio 1992-1993). Nel 2015 il mercato dei VCL ha registrato quasi 133mila nuove immatricolazioni, con un recupero del 12,7% sul 2014, ma inferiore del 45% rispetto ai volumi record del 2007. **Fiat Professional è il marchio leader di mercato (34% di quota), con Ducato e Doblò che occupano rispettivamente la prima e la seconda posizione nella classifica dei modelli più venduti. Al terzo posto di questa classifica troviamo il Daily, prodotto da Iveco.** L'allestimento più diffuso del mercato 2015 è stato quello dei

furgoni, con oltre 110mila immatricolazioni, tra i quali circa 3.600 sono isotermici. Sono stati immatricolati, inoltre 15mila cassoni e 3.800 pianali (molti dei quali sono di modelli Ducato e Daily destinati agli allestimenti di camper).

In Italia il calo dei volumi delle merci trasportate è stato maggiore rispetto alle media UE, determinando una contrazione più accentuata delle **vendite di nuovi autocarri**. La media annua di autocarri nuovi venduti in Italia dal 2000 al 2008 è stata di 36.700, dal 2009 al 2011 di 18.900, dal 2012 al 2015 di poco più di 13.500 unità. Nel 2015 il comparto ha visto una crescita del 19,7% del numero di libretti rilasciati, con oltre 15mila veicoli. In particolare è cresciuta la categoria dei trattori stradali, +27,9% nel 2015 con oltre 7.600 unità immatricolate. Iveco, con 5.749 immatricolazioni nel 2015, si conferma leader del mercato dei veicoli industriali medi-pesanti, in crescita del 16% rispetto al 2014 e con una quota di mercato del 38%.

Per i rimorchi e semirimorchi pesanti, la media annua dei veicoli venduti è stata di 16.900 dal 2000 al 2008 (pre-crisi), di 8.970 dal 2009 al 2011 (crisi) e di 7.600 dal 2012 al 2015 (recessione). Le immatricolazioni di **rimorchi e semirimorchi nuovi** sono ancora inferiori del 40% rispetto ai volumi del 2007, quando raggiunsero le 17.800 unità. Il calo del mercato interno ha penalizzato soprattutto i Costruttori nazionali che hanno subito un ridimensionamento dei volumi, passati da 12mila unità del 2007, pari al 68% del mercato, a 4.400 del 2015, pari al 42% di quota. Il calo del mercato interno ha quindi favorito la concorrenza estera.

Nel corso del 2015, il mercato dei rimorchi e semirimorchi over 3.500 kg è cresciuto del 54 %, con circa 10.600 nuove immatricolazioni. La crescita del mercato è dovuta soprattutto ai marchi esteri, che registrano un aumento del 73%, rappresentando, così, il 58% del mercato. I marchi nazionali perdono in termini di quote di mercato (passando dal 48,3% del 2014 al 41,9% del 2015), pur vedendo crescere il loro mercato, anche se 'solo' del 34%. Menci è leader tra i costruttori italiani, al quarto posto nella classifica complessiva dei costruttori. Il segmento dei rimorchi over 3.500 kg vede crescere il mercato del 17,4% rispetto al 2014, arrivando a superare le 900 unità, di cui oltre 800 di marchi nazionali. Il segmento dei semirimorchi, con ptt superiore a 3.500 kg, cresce invece nel 2015 del 59% e consiste di quasi 9.700 veicoli, 3.500 in più dell'anno prima.

In materia ambientale, si evidenzia l'importanza del **'Progetto Diciotto'**, un esempio concreto che risponde, in maniera efficace e innovativa, alla necessità di ridurre i consumi, le emissioni di CO₂ e il livello di congestione delle strade, aumentando la produttività grazie dall'utilizzo di autoarticolati con lunghezza fino a 18 metri. Il Progetto Diciotto, combinato con l'utilizzo di motorizzazioni a gas naturale, come il gas naturale liquefatto, aumenta le proprie potenzialità in termini di sostenibilità, in questa direzione, Iveco è leader europeo nel settore dei carburanti alter-

nativi. Il Nuovo *Stralis Natural Power* di Iveco è il primo camion a gas a lunga percorrenza presente sul mercato a offrire un'alternativa ai veicoli diesel per un trasporto di lungo raggio più sostenibile, in grado di ridurre al minimo le emissioni nocive e le emissioni di CO₂, e, infine, di abbattere il rumore, che è un aspetto chiave per le missioni di trasporto in ambito urbano e notturno.

La ripresa e il mantenimento di un trend positivo del mercato dei veicoli industriali e dei veicoli trainati sono stati determinati dall'adozione di misure pubbliche varate dal Governo a sostegno del rinnovo delle flotte. Si tratta del combinato disposto dei super-ammortamenti per beni strumentali d'impresa previsti dalla Legge di Stabilità 2016, del Decreto sull'estensione del Fondo di Garanzia per le PMI alle operazioni finanziarie di accesso al credito per investimenti in mezzi di trasporto, emanato a dicembre 2015 ed, inoltre, del Decreto sugli investimenti in veicoli delle imprese di autotrasporto emanato dal Ministero dei Trasporti (MIT) per il terzo anno consecutivo. La sostituzione più rapida dei mezzi di trasporto che deriva da questi provvedimenti, oltre ad avere conseguenze positive sulla competitività delle imprese di autotrasporto italiane, favorisce l'immissione su strada di veicoli nuovi con ridotti standard emissivi (Euro6) e con alimentazione alternativa (in particolare, metano e metano liquido), nonché di semirimorchi per l'**intermodalità** marittima e ferroviaria. Si tratta di misure che puntano a piani di sviluppo pluriennale delle imprese e contribuiscono allo sviluppo della *green economy*.

Le immatricolazioni di **rimorchi leggeri con ptt fino a 3.500 kg** sono state oltre 15mila nel 2015, con un incremento del 6,3%. Anche questo comparto ha subito un ridimensionamento di oltre il 40% rispetto al 2007. Le marche nazionali dominano con oltre l'83% del mercato; leader del mercato è **Cresci Rimorchi** con il 24% di share.

In ripresa nel 2015 anche il mercato dei **veicoli ricreazionali**. Il mercato dei **camper**, dopo un ridimensionamento del 75% rispetto ai volumi del 2007, cresce dell'8% sul 2014, con 3.650 nuove registrazioni; il 15% del mercato è intestato alle società di noleggio. La Legge di Stabilità ha introdotto un incentivo alla rottamazione per chi acquista un nuovo camper Euro5 nel 2016, che può raggiungere gli 8mila € ed è anticipato dal venditore come sconto sul prezzo di vendita. Sono disponibili 5mln di €. L'obiettivo: avere mezzi meno inquinanti, più sicuri e rilanciare il mercato. Il mercato dei **caravan** registra una crescita del 10% con circa 1.000 nuove immatricolazioni. Il mercato dei veicoli ricreazionali in Europa ha ben altre dimensioni: il comparto dei camper totalizza nel 2015 oltre 81mila nuove immatricolazioni e vede ai primi posti Germania (28.400 unità) e Francia (17.400); il comparto dei caravan totalizza oltre 68mila vendite.

9.3.3 Il trasporto collettivo di passeggeri e il mercato autobus

Dopo aver raggiunto la quota del 14,3% di tutti gli spostamenti motorizzati nel 2012, che per i mezzi pubblici su gomma si tratta di uno dei livelli più alti negli ultimi dodici anni, nel 2013 la quota si riduce al 13,6%, per salire al 14,6% nel 2014 (dati ISFORT). Il trasporto pubblico locale (TPL) stenta a diventare competitivo rispetto al mezzo privato e solo la crisi ha determinato un leggero spostamento verso i mezzi pubblici. Si tratta di un comparto che, per quanto riguarda il TPL in senso stretto, dipende interamente dalla **domanda pubblica e che è andato ridimensionandosi di anno in anno** a causa del pesante indebitamento pubblico e del conseguente progressivo taglio delle risorse disponibili, fino a determinare quasi la scomparsa del comparto industriale degli autobus. La mancanza di interventi strutturali con investimenti pubblici certi e impiego verificato, con obiettivi precisi per un trasporto efficiente, sicuro, sostenibile, ha contribuito a rendere il parco autobus sempre più vecchio, inquinante e rumoroso e anche più povero di mezzi. Alla fine del 2015 il 65% degli autobus circolanti (pubblici e privati) ha più di 10 anni di età, ma quelli circolanti, immatricolati fino al 1999 sono il 35% del parco totale. Solo il 10% ha un'anzianità compresa tra 0-4 anni.

Negli altri Paesi europei in cui esiste un comparto industriale autobus, sono state invece adottate politiche industriali legate allo sviluppo dei trasporti pubblici e della mobilità in generale che, da un lato, contribuiscono a rendere più efficiente un settore chiave per una società moderna e, dall'altro, salvaguardano l'industria locale. Purtroppo questo non è accaduto in Italia, dove la pesante contrazione della produzione industriale non fa che riflettere la più ampia crisi strutturale che l'intero settore del TPL sta vivendo. Incertezza di risorse e tempi lunghi di attesa nel riparto e assegnazione delle stesse alle Regioni, ne sono causa.

Dei 535mln di € stanziati dalle ultime leggi di stabilità per il periodo 2015-2019, il piano di riparto regionale 2015-2016 ne metterà in circolazione 385 (260 per il 2015 e 125 per il 2016). Nuove modalità sperimentali per il rinnovo del parco autobus sono state annunciate dal Governo con la legge di Stabilità 2016. Nel 2015 sono stati immatricolati 2.420 autobus (+12,7% sul 2014). Secondo le elaborazioni ANFIA su dati dell'Archivio dei Veicoli del Ministero dei Trasporti, il mercato degli autobus per tipo risulta di: 1.547 autobus (+14,3% sul 2014), 124 midibus (+9,7%), 487 minibus (+39,5%) e 262 scuolabus (-21%). Le immatricolazioni di autobus che, per le caratteristiche dei veicoli (rapporto numero posti seduti/in piedi, modelli, carrozzeria), possono essere considerati destinati al trasporto pubblico (urbani e interurbani, escluso turistici) sono stati 1.358 nel 2015, mentre gli autobus turistici 1.062. Iveco è leader con il 34,2% del mercato e uno share del 35% per il comparto degli autobus-midibus urbani e interurbani, del 45% dei minibus, il 57% degli scuolabus. Su 2.420 nuove

immatricolazioni, gli autobus a trazione elettrica venduti sono stati appena 35 e quelli a metano 92, solo il 5,2% del totale, quasi tutti di costruttori nazionali (Iveco, Industria Italiana Autobus e Rampini).

9.4 Trend 2016

9.4.1 Mercato autoveicoli

I volumi delle autovetture immatricolate nei primi dieci mesi del 2016 ammontano a oltre 1,55 milioni di unità, il 16,7% in più rispetto ai volumi dello stesso periodo del 2015.

Il mercato italiano dell'auto continua con il suo percorso di ripresa stimolato da campagne commerciali aggressive, bassi tassi di interesse applicati ai finanziamenti e basso costo dei carburanti. Tuttavia, l'instabilità politica, sia italiana (relativa alle possibili elezioni dopo il referendum che si terrà a dicembre), sia internazionale (legata agli effetti della Brexit), potrebbe avere un forte impatto sulla fiducia e sulla propensione a spendere dei consumatori. Alla luce di quanto sopra, PwC Autofacts prevede una crescita costante del mercato nella seconda metà dell'anno, ma con una intensità minore rispetto al primo semestre. Di conseguenza, alla luce dei dati di vendita registrati nel Q2 2016, il target per l'intero 2016 può essere rivisto al rialzo, superiore a 1,8mln di auto, con una crescita attorno al 15-16%. Per quanto riguarda le altre tipologie di veicolo, nel 1° semestre 2016, la domanda risulta in aumento del 31% per i veicoli commerciali e del 34% per gli autocarri medi-pesanti. Le vendite di veicoli trainati registrano, nello stesso periodo, un incremento del 39% sia per i rimorchi che per i semirimorchi.

Nei mesi a venire, potrebbe verificarsi una decelerazione dei ritmi di crescita, anche in considerazione di un ridimensionamento del clima di fiducia di consumatori e imprese. In ogni caso, per rendere strutturale la crescita dei volumi di vendita dei beni strumentali di impresa, sia vetture che veicoli adibiti al trasporto delle merci, è fondamentale mantenere e rinnovare gli strumenti di sostegno fiscale agli investimenti. Nella Legge di Bilancio 2017 è confermata la misura del super-ammortamento al 140%.

L'unico comparto ancora fortemente in crisi, in gran parte dipendente dalla domanda pubblica, è quello degli autobus che registra un calo tendenziale a gennaio-giugno del 7%.

9.5 Il parco circolante⁶

Alla fine del 2015, lo stock di auto e motoveicoli registrati, in accordo con la definizione statistica internazionale, è pari a 49,13mln (+0,7% sul 2014) a cui si aggiungono 354mila veicoli trainati (+1,8%).

Tabella 13 Italia, parco circolante (2015-2014)

	al 31.12.2015	al 31.12.2014	var. %
Autovetture	37.351.233	37.080.753	0,73
Autocarri merci	3.943.964	3.930.858	0,33
Specifici/Speciali	694.888	686.309	1,25
Motrici e trattori	153.858	150.086	2,51
Autobus	97.991	97.914	0,08
Totale autoveicoli	42.241.934	41.945.920	0,71
di cui Autoveicoli per campeggio	278.753	276.116	0,96
Motocicli (esclusi i ciclomotori)	6.543.612	6.505.620	0,58
Motocarri e quadricicli	348.461	350.892	-0,69
Totale auto e motoveicoli	49.134.007	48.802.432	0,68
Rimorchi e semirimorchi	354.457	348.007	1,85
Totale parco veicolare	49.488.464	49.150.439	0,69
N° autoveicoli per 1.000 abitanti	696	690	
N° auto/motoveicoli per 1.000 abitanti	810	803	
N° autovetture per 1.000 abitanti	616	610	

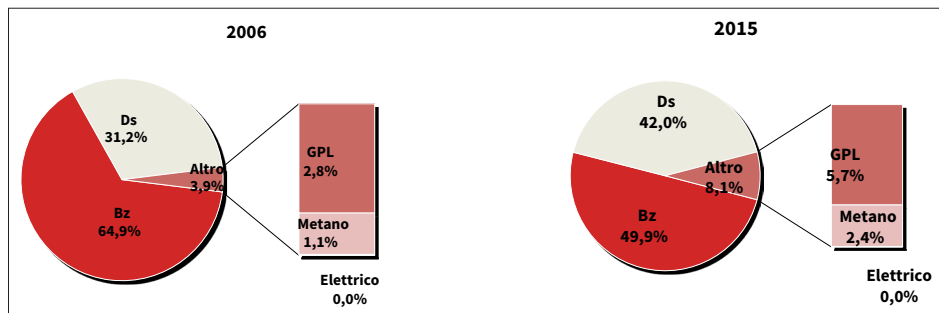
Fonte: ACI, esclusi i ciclomotori

Nell'ultimo decennio (2006-2015) il parco di auto e motoveicoli è aumentato di 3,6mln di unità (+7%), che hanno riguardato oltre 2,05mln di autovetture, 310mila veicoli industriali, 1,25mln di motocicli. Il traffico dei passeggeri su gomma (privato e pubblico) è aumentato di 3,3mln di unità, tra auto, moto e bus. L'automobile continua ad essere il mezzo di trasporto più utilizzato: l'uso delle autovetture è pari al 74,3% della ripartizione modale dei passeggeri/km, a fronte del 6,6% di uso di mezzi di trasporto su ferro (ferrovia, tranvie, metropolitane, funivie) e dell'11,9% di fruizione di autobus, pubblici e privati (passeggeri/km, dati 2014).

Secondo **l'alimentazione**, le autovetture diesel a fine 2015 rappresentano il 42% del parco autovetture, circa 11 punti in più del peso che avevano nel 2006. Si tratta di un parco di 15,7mln di autovetture (4,66mln in più rispetto al parco del 2006). Il parco delle autovetture ad alimentazione alternativa è cresciuto dal 2006 al 2015 passando da una quota del 3,9% all'8,1% del parco complessivo auto (oltre 3mln di unità, grazie alla diffusione delle auto a gas).

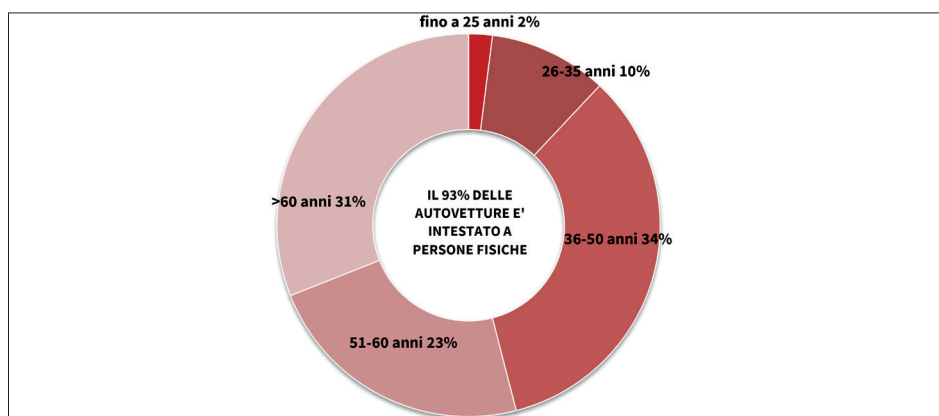
6 I dati riportati sono di fonte ACI.

Figura 42 Italia, parco circolante autovetture per alimentazione (2006 e 2015, valori %)



Elaborazione ANFIA su dati ACI

Figura 43 Italia, parco autovetture per età dell'intestatario (2015, valori %)



Elaborazione ANFIA su dati ACI

Secondo **l'età dell'intestatario**, solo il 12% del totale delle persone fisiche, a cui è intestata un'auto, ha fino a 35 anni di età. Il 57% ha da 36 a 60 anni, mentre gli over 60 con un'auto di proprietà sono il 31%.

Secondo **l'età**, il parco autovetture italiano risulta invecchiato: l'età mediana delle autovetture è passata da 7,5 anni del 2003 a quasi 10 e 4 mesi del 2015. Dopo l'anno 2009 non sono state più adottate politiche d'incentivo pubblico, che negli anni precedenti avevano sostenuto il settore, anticipando di fatto la domanda di sostituzione. Alla mancanza di sostegno pubblico si è sommata la difficoltà per le famiglie di accedere al mercato del credito e la riduzione della capacità di acquisto. L'età mediana delle autovetture a benzina è di 13 anni e 4 mesi, per quelle a gasolio è di 8 anni e 9 mesi. Più bassi i valori per le autovetture a doppia alimentazione:

6 anni e 8 mesi sia per le auto a benzina-GPL sia per le auto a benzina-metano. Complessivamente, risultano registrate 5,3mln di autovetture con più di 20 anni (pari al 14% di share), solo il 48% del parco auto ha un'età compresa tra 0-10 anni. La percentuale di auto immatricolate prima del 1993 risulta più elevata nel Sud Italia che nel Nord, dove il processo di svecchiamento appare più rapido.

Ciononostante, si è rilevato, negli ultimi anni, un notevole calo delle **emissioni** di inquinanti atmosferici prodotte dal trasporto stradale, grazie ai miglioramenti tecnologici apportati ai veicoli, con la conseguente diminuzione delle emissioni medie per km percorso dei veicoli nuovi: tra il 1990 ed il 2012, ad esempio, le emissioni di ossidi di azoto sono diminuite del 50,5%, quelle di particolato primario, PM2.5, del 56% e quelle di PM10 del 53%⁵. La qualità dell'aria nelle grandi aree urbane e in alcune macro-aree del Paese, come la pianura padana, tuttavia, non rispetta ancora i valori limite stabiliti dalla normativa europea e, in determinate condizioni climatiche (assenza di pioggia), come è successo a dicembre 2015, la situazione è andata aggravandosi ulteriormente. Il miglioramento conseguito nell'efficienza energetica dei mezzi di trasporto e l'incremento nell'uso di carburanti a minori emissioni ha controbilanciato gli effetti derivanti dall'aumento della domanda di mobilità e dall'invecchiamento del parco. Contribuirebbero certamente al miglioramento della qualità dell'aria e della mobilità dei passeggeri in ambito urbano, il rinnovo del parco veicolare e un'offerta di trasporto pubblico in grado di competere con il trasporto privato.

Per quanto riguarda il **rinnovo del parco**, secondo i dati ACI riferiti al 2015, le autovetture con standard emissivi ante Euro4 circolanti in Italia sono il 44,8% del totale, pari a circa 16,7mln di auto. Le autovetture Euro6, il 2,6% del parco, sono diventate obbligatorie a partire dal 1° settembre 2015. Nei 15 anni che separano Euro3 ed Euro6, i limiti degli NOx si sono ridotti complessivamente dell'84%. Nel 2015, nelle province di Torino, Milano e Roma, le autovetture circolanti con standard emissivi ante Euro4 sono rispettivamente il 38%, il 35%, il 42%; percentuali che salgono al 61% e al 54% nelle province di Napoli e Palermo. Non va meglio per il settore degli autobus, che vanta un parco di veicoli ante Euro4 che pesa per il 69% del totale, mentre un autobus Euro6 emette il 95% in meno di NOx rispetto a un autobus Euro5. Contribuiscono a modificare la **mobilità**, alcuni cambiamenti delle abitudini di consumo di trasporto da parte di ampie fasce di **cittadini che accedono al mobile internet**, perché è proprio attraverso l'uso di dispositivi mobili che si fanno strada nuove soluzioni di mobilità: il *car sharing*, le *community* di passaggi in auto, il noleggio, il *bike sharing*.

La crescita costante dei **costi** per l'utilizzo dell'auto (l'81% del carico fiscale sulla motorizzazione versato ogni anno è originato da imposizioni sull'utilizzo del veicolo) e le difficoltà di acquisto di un'auto nuova (la

diminuzione del potere d'acquisto delle famiglie, iniziata nel 2008, si è arrestata solo nel corso del 2014, con una perdita complessiva del 10,6% rispetto al 2007) avvicinano quindi una parte dei consumatori a forme alternative di trasporto, le quali rappresentano anche un nuovo modello di business per i costruttori, che si propongono come soggetti di nuovi servizi nel senso più ampio, offrendo non solo auto in affitto ma anche soluzioni di mobilità, per esempio servizi di *car sharing* tra privati. D'altronde, le auto sono un capitale che rimane parcheggiato per la maggior parte della giornata, la condivisione dell'auto comporta un vantaggio per il proprietario, un maggior utilizzo del veicolo e un rinnovo più frequente, mentre il vantaggio per chi acquista un servizio sta nell'utilizzare un mezzo sicuro ed efficiente e tecnologicamente avanzato.

Il Ministero dell'Ambiente e la Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile hanno promosso l'Osservatorio nazionale sulla *sharing mobility*. La mobilità sostenibile oggi non è un tema che riguarda solo i Comuni, ma tutto il Paese, perché risponde all'obiettivo di ridurre la CO₂ di almeno il 40% entro il 2030, secondo il Ministro dell'Ambiente, **è quindi necessaria una strategia nazionale che impegni l'Italia.**

Con la Conferenza di Parigi sui cambiamenti climatici, COP 21, organizzata dalla Conferenza sull'Ambiente e sullo Sviluppo delle Nazioni Unite (UNCED), che si è tenuta a Parigi dal 30 novembre al 12 dicembre 2015, è stato sottoscritto, **per la prima volta in oltre 20 anni di mediazione da parte delle Nazioni Unite, un accordo vincolante e universale sul clima, accettato da tutte le nazioni.** L'accordo prevede l'impegno di bloccare l'aumento della temperatura del pianeta sotto i due gradi, facendo tutti gli sforzi possibili per restare entro 1,5 gradi nel più breve tempo possibile. **L'accordo di Parigi è stato sottoscritto da 180 Paesi, ognuno dei quali deve provvedere a ratificarlo, secondo le proprie leggi. Serve la ratifica di almeno 55 Stati, rappresentanti il 55% delle emissioni di gas che provocano l'effetto serra, perché il trattato entri in vigore. Le due principali economie del pianeta, Stati Uniti e Cina, che insieme producono il 38% delle emissioni globali, hanno ratificato l'accordo. L'avvenuta ratifica UE ad inizio ottobre 2016, consentirà, una volta depositata, il superamento di tale soglia e quindi l'entrata in vigore dell'accordo globale.**

L'edizione 2016 dell'Osservatorio

10 La componentistica automotive italiana I risultati dell'indagine sul campo

Barbara Barazza e Alberta Coccimiglio
(Camera di commercio di Torino, Italia)

Sommario 10.1 Indagine conoscitiva sulle imprese della componentistica automotive italiana: il perimetro di osservazione. – 10.2 L'universo di riferimento. – 10.3 Metodologia di indagine. – 10.4 I mestieri della filiera. – 10.5 I numeri della filiera. – 10.6 Caratteristiche delle imprese. – 10.6.1 Andamento del fatturato della filiera: rafforzato il ruolo degli specialisti e della grande dimensione, aumenta la diversificazione settoriale. – 10.6.2 Gli addetti del settore. – 10.6.3 *Aftermarket* e primo impianto. – 10.7 L'internazionalizzazione della filiera: cresce l'orientamento ai mercati esteri. – 10.8 L'autonomia dal gruppo FCA (Fiat Chrysler Automobiles): con le produzioni in Italia torna a crescere la dipendenza della componentistica italiana. – 10.9 Mercati di destinazione, capacità produttiva e competitori. – 10.10 Innovazione. – 10.10.1 Quanto e come innovano le imprese della componentistica autoveicolare? – 10.11 Relazioni interorganizzative. – 10.12 Trend e prospettive. – 10.13 Conclusioni.

10.1 Indagine conoscitiva sulle imprese della componentistica automotive italiana: il perimetro di osservazione

Nella sua quasi pluridecennale attività di ricerca, l'Osservatorio ha ampliato nel tempo il proprio campo di studio, dilatandone i confini: da strumento di ricerca che monitora numeri e *trend* della componentistica autoveicolare nazionale, a indagine estesa anche a fasi della filiera non strettamente riconducibili alla produzione di parti e componenti di autoveicoli (ad es. allestimento, produzione di rimorchi e semirimorchi).

Nel 2016 il gruppo di lavoro, costituito dalla Camera di commercio di Torino, dall'ANFIA, dalla Camera di commercio di Modena e dal Centro CAMI dell'Università Ca' Foscari Venezia, ha scelto tuttavia di tornare alle origini: lo studio è stato pertanto concentrato, nell'ambito delle lavorazioni intermedie, unicamente sulla componentistica autoveicolare, dove l'Italia, anche nel confronto con altri Paesi europei,¹ evidenzia un'ampia specializzazione e spicca per la presenza di fornitori in prevalenza appartenenti alle categorie dei *Tier II* e *Tier III*. In considerazione del ruolo trasversale e fondamentale attribuito alle fasi di progettazione e di ingegnerizzazione, *trait d'union* tra le lavorazioni intermedie e quelle finali,

1 Cfr. *Il settore automotive nei principali Paesi europei*, Unioncamere, Prometeia, 2015.

alle imprese della componentistica in senso stretto, come nelle rilevazioni condotte in passato, sono state aggiunte all'oggetto d'indagine anche le attività dei servizi di ingegneria e *design*.

Se dall'analisi, come da tradizione, sono stati esclusi i grandi assemblatori finali, vengono invece poste sotto la lente di ingrandimento le carrozzerie e le produzioni, compreso l'assemblaggio, con caratteristiche tali che possano definirsi di nicchia.

Inoltre, per la necessità di prendere in esame le realtà più organizzate e strutturate, giacché, in quanto tali, hanno un'incidenza di assoluto rilievo nella *supply chain* e si impongono quali protagoniste della filiera, sono state analizzate principalmente società costituite con la forma giuridica di società di capitali, tralasciando le imprese aventi altra natura. Non di meno, questa scelta di perimetro del campo di osservazione è stata indirizzata dall'esigenza di fare riferimento ad un insieme di imprese i cui dati economico-finanziari siano facilmente rinvenibili.

10.2 L'universo di riferimento

Al fine di avviare l'attività di indagine, grazie all'apporto di tutti i partner del progetto, in primo luogo sono stati effettuati l'aggiornamento e la revisione del *database* utilizzato nelle passate edizioni della ricerca. Tali operazioni sono state compiute provvedendo, da una parte, a inserire nella banca dati le posizioni di imprese, neoiscritte ai Registri Imprese delle Camere di commercio italiane nell'ultimo biennio, aventi attività economiche direttamente o potenzialmente riconducibili al settore della componentistica autoveicolare² e, dall'altra, a eliminare le imprese cessate. La mortalità imprenditoriale del settore è stata, del resto, considerevolmente elevata negli anni recenti: la crisi ha messo ai margini

2 I principali codici Ateco (2007) a cui si è fatto riferimento per l'aggiornamento del database sono riferiti alle seguenti sezioni: 20 Fabbricazione di prodotti chimici; 21 Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici; 22 Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche; 23 Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi; 24 Metallurgia; 25 Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature); 26 Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica ed ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e di orologi; 27 Fabbricazione di apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche; 28 Fabbricazione di macchinari e apparecchiature NCA; 29 Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi; 30 Fabbricazione di altri mezzi di trasporto; 33 Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine e apparecchiature; 71 Attività di studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche; 72 Ricerca scientifica e sviluppo; 74 Altre attività professionali, scientifiche e tecniche. Nello specifico sono state incluse la maggior parte delle attività codificate 29.3 Fabbricazione di parti ed accessori per autoveicoli e loro motori, e parzialmente attività con cod. Ateco 29.1 Fabbricazione di autoveicoli e 29.2 Fabbricazione di carrozzerie per autoveicoli, rimorchi e semirimorchi.

le imprese più fragili, ha trascinato verso l'uscita dal mercato alcune imprese, spesso di piccola dimensione, ma, in un processo complessivo di riorganizzazione della filiera autoveicolare, ha anche comportato un cambiamento nei tratti del settore, con operazioni di fusione, acquisizione o scissione. Si tenga conto che con riferimento alle sole imprese registrate negli archivi camerali con il codice ISTAT Ateco 29.3 (Fabbricazione di parti ed accessori per autoveicoli e loro motori), negli anni 2010-2015 sono state computate 714 cessazioni di attività (fonte banca dati *stock view*, InfoCamere).

Nel dettaglio, si è partiti dal *database* indagato nell'edizione 2014-2015 dell'Osservatorio, costituito da 2.990 imprese, intervenendo con le seguenti operazioni;

- eliminazione di 300 imprese classificate con l'attività di produzione rimorchi e semirimorchi (tra le imprese classificate con codice Ateco 2007 29.1 e 29.2), e di allestimento veicoli;
- eliminazione di 299 imprese cessate, fallite e in liquidazione nel 2015;
- integrazione con il *database* delle imprese della filiera autoveicolare utilizzato nelle attività di ricerca dal Centro CAMI dell'Università Ca' Foscari;
- ulteriore revisione dell'insieme, con l'eliminazione di duplicati e delle posizioni di imprese che hanno dichiarato di non operare nel settore della componentistica.

Quale frutto dell'integrazione di differenti banche dati, compreso l'elenco degli associati ANFIA, e da un'ulteriore e più affinata verifica effettuata sull'elenco delle posizioni imprenditoriali, è stato dunque ottenuto un universo campionario complessivo di 2.682 imprese.

Alla conclusione dell'indagine, tenuto conto delle risposte delle imprese che hanno dichiarato di non operare in alcun modo per la filiera autoveicolare, il *database* è risultato composto da 2.525 imprese, di cui 779 piemontesi e 276 emiliane. Da ultimo, nella fase di associazione dei dati di bilancio 2015 e di ulteriore verifica dell'attività nella quale opera ciascuna impresa, il bacino di riferimento delle imprese della componentistica italiana è stato computato in **1.956 unità, di cui 712 aventi sede in Piemonte e 200 in Emilia Romagna.**

10.3 Metodologia di indagine

Sul solco delle passate edizioni della ricerca, l'indagine è stata avviata nella primavera del 2016, con la somministrazione all'universo campionario di un approfondito questionario articolato in 34 domande e in più sezioni tematiche. Le imprese, contattate con e-mail o posta elettronica

certificata, sono state chiamate a rispondere sul proprio posizionamento nella piramide di fornitura e altre caratteristiche delle proprie attività, sull'andamento del fatturato e dell'occupazione, sulle strategie e i *trend* di mercato, sul profilo competitivo dell'impresa, nonché sulle strategie di internazionalizzazione e innovazione nella filiera; inoltre, in considerazione dell'interesse del gruppo di lavoro, rispetto alle passate edizioni dell'indagine, è stata aggiunta una specifica sezione dedicata al tema delle relazioni inter-organizzative.

Il questionario, predisposto in formato elettronico, è stato reso disponibile *online* dal Centro CAMI dell'Università Ca' Foscari, attraverso il software Qualtrics, consentendo ai singoli rispondenti un accesso univoco e personalizzato e la possibilità di completare la compilazione in più sessioni di lavoro.

Per ottenere un significativo tasso di risposta, si è resa necessaria un'attività di sollecito a partecipare all'indagine (nello specifico, sono stati effettuati tre *recall* via e-mail o PEC, e un *recall* telefonico, durante il quale si è offerta assistenza alla compilazione e l'eventuale disponibilità a richiamare in altri momenti), che ha consentito di ottenere oltre **400 risposte, di cui 355 ritenute valide e complete** ai fini dell'elaborazione dei risultati, **tra le quali 177 da parte di imprese aventi sede in Piemonte, e 31 in Emilia Romagna.**

10.4 I mestieri della filiera

Il *cluster* nazionale della componentistica autoveicolare è strutturato e complesso: con la necessità di acquisire flessibilità per rispondere alle esigenze di una catena del valore divenuta in misura crescente modulare, la filiera ha modificato la propria fisionomia e nel tempo i produttori di componenti hanno assunto sempre più ampie responsabilità nello sviluppo di nuove parti, moduli e tecnologie.³ I rapporti con i fornitori, sui quali è stata trasferita una quota progressivamente più elevata di costi fissi, vengono costantemente riconfigurati dall'assemblatore, al fine di offrire prodotti differenziati secondo le aspettative della clientela, nonché allo scopo di stare al passo con il progresso tecnologico.

Nell'operare con rapporti gerarchici, la filiera si presenta come un reticolo di diversi mestieri, e ben si può valutare la complessità di tale articolazione se si considera che in media si stima che un autoveicolo sia composto

3 Cfr. Pellicelli, G. (2014). *Le strategie competitive del settore auto*. Torino: UTET.

da un numero variabile tra 10mila⁴ e 15mila⁵ diverse parti e componenti aggregati in sub sistemi o sistemi. Del resto, va evidenziato che oggi ben i tre quarti del valore aggiunto di un'auto provengono da imprese diverse dal costruttore finale, inserite nei diversi livelli della piramide di fornitura.

Alla luce di tale contesto, l'Osservatorio ha preso in esame la componentistica tenendo conto della complessità della gerarchia del rapporto tra fornitori e della distinzione degli stessi nelle categorie, definite in base alla tipologia di manufatti, al grado di standardizzazione dei prodotti, alla competenza tecnologica e all'indipendenza nell'apportare innovazioni e nell'ideare. È una suddivisione in parte riconducibile alla tradizionale classificazione della filiera, che distingue tra fornitori di primo, secondo, terzo livello od oltre, a seconda del loro posizionamento nella piramide della fornitura (*Tier I, II o III*), dove i fornitori di I livello sono i *player* che si interfacciano direttamente con gli assemblatori finali. Al contempo si crea un sistema di relazioni che collega le imprese con quelle di livello inferiore e superiore.

Compongono, pertanto, l'universo campionario:

- a. **gli integratori di sistemi e i fornitori di moduli** (SIST/MOD), insieme costituito per lo più da grandi imprese multinazionali, estere e italiane, produttori di sistemi funzionali che si collocano al vertice⁶ della catena di fornitura in qualità di *Tier I*, con stabilimenti collocati in prossimità degli stabilimenti del costruttore o, nel caso dei modulist, anche in qualità di *Tier II*; vendono pertanto i propri prodotti direttamente alla testa della filiera;
- b. **gli specialisti** (SPEC), produttori di parti e componenti con un contenuto di innovazione e specificità tale da costituire un vantaggio competitivo (*Tier I o Tier II*);
- c. **i subfornitori** (SUB), produttori di parti e componenti standardizzate, prodotte secondo specifiche fornite dai clienti e facilmente replicabili dai competitors (*Tier III o oltre*);
- d. le attività di Engineering e Design (E&D), a supporto dei diversi attori della catena della fornitura. Forniscono servizi direttamente agli assemblatori oppure ai fornitori di primo livello, comprendendo questo insieme sia le imprese attive nell'ingegneria di prodotto, sia quelle che sviluppano ingegneria di processo. Data la trasversalità della loro attività, possono collocarsi a diversi livelli della catena di fornitura.

4 Cfr. Candelo, E. (2009). *Il marketing nel settore automotive*. Torino: Giappichelli Editore.

5 Cfr. Klier, T.; Rubenstein, J. (2008). *Who Really Made Your Car? Restructuring and Geographic Change in the Auto Industry*. Kalamazoo (MI): Upjohn Institute for employment research.

6 Viene utilizzata anche l'espressione di *Tier 0,5* per indicare fornitori di sistemi con un livello di integrazione particolarmente elevato con l'assemblatore.

Tabella 14 I mestieri della filiera

OEM (integratori di sistemi e modulist)	Specialisti e subfornitori	E&D (Engineering e Design)
Moduli elettrici integrati	Attrezzatura e stampi	Studi di stile
Moduli in acciaio e alluminio	Stampaggio	Ingegneria e modellizzazione Progettazione
Moduli in materie plastiche	Fonderia	Impianti, linee e processi
Moduli in vetro	Alimentazione/scarico	Motori (progettazione)
Sistemi di sicurezza attivi/ passivi e controllo	Avviamento/accensione	Sviluppo piattaforme dedicate
Sistemi elettrici/elettronici	Carrozzeria/abitacolo (parti di)	Prototipazione
Sistemi fluidi/aria e comfort	Componenti elettrici ed elettronici	Produzione (autoveicoli, scocche, prototipi)
Sistemi trasmissione/guida/ frenata	Illuminazione/segnalazione	Validazione prodotto (testing e calcolo)
Sistemi propulsivi/motore/ powertrain	Componenti motore	Logistica
	Sterzo/sospensione/frenata	
	Componenti trasmissione (ad es. frizione)	
	Materie plastiche (diversi da moduli) e altri materiali	
	Servizi di assemblaggio	

Pur con la difficoltà di attribuire con precisione i fornitori a una categoria anziché a un'altra,⁷ considerato che di volta in volta possono collocarsi a livelli diversi della catena di fornitura, a seconda dei programmi di produzione dell'assemblatore, tutte le imprese presenti nel *database* sono state classificate tra integratori di sistemi e fornitori di moduli, specialisti, subfornitori e E&D. Per l'attribuzione alle singole categorie ci si è avvalsi di diverse fonti: interviste realizzate in passato, siti Internet aziendali, visure camerale, elenchi dell'ANFIA e, per i rispondenti, le risposte fornite dagli intervistati in merito all'attività principale dell'impresa e alla tipologia di produzione.

⁷ Cfr. Pellicelli, G. (2014). *Le strategie competitive del settore auto*. Torino: UTET.

10.5 I numeri della filiera

Al fine di contestualizzare i risultati dell'indagine, sulla base della banca dati ottenuta al termine del lavoro di verifica dell'attività nella quale opera ciascuna impresa della componentistica autoveicolare, si è cercato di definire il peso economico di questo universo.

La stima del fatturato e del numero di addetti della componentistica italiana è stata ottenuta partendo dalle informazioni disponibili nelle banche dati ufficiali; per oltre l'80% delle imprese individuate come appartenenti alla filiera si disponeva dei bilanci non consolidati dell'anno 2015, depositati presso i Registri Imprese delle Camere di commercio italiane, e delle informazioni sugli occupati delle aziende stesse, derivanti prevalentemente dagli archivi INPS.

Se non ancora disponibile il dato di fatturato del 2015 estratto dalle fonti ufficiali, per le imprese rispondenti, si è seguita la seguente **procedura di stima**: ove disponibile, è stato preso in considerazione nel computo complessivo il giro d'affari dell'anno 2015 dichiarato sul questionario compilato; nei casi in cui l'unica informazione presente per la posizione di impresa risultava quella degli addetti, il giro d'affari della stessa è stato ricavato tenendo in considerazione il fatturato mediano per addetto per ogni categoria di imprese della componentistica; infine, per le residue posizioni lacunose, ai valori mancanti sono state sostituite le mediane del fatturato e degli addetti delle imprese dell'universo.

Tabella 15 Fatturato e addetti complessivi (2014-2015)

	2015		2014		var. % 2015/14 Fatt. solo auto	2015		2014		var. % 2015/14 addetti solo auto		
	Imprese	Peso %	Fatt. (mln €)	di cui solo auto		Fatt. (mln €)	di cui solo auto	addetti tot.	di cui solo auto		addetti tot.	di cui solo auto
Subfornitori	1.040	53,2%	7.818	4.511	7.627	4.401	2,5%	34.997	19.283	34.223	18.857	2,3%
Specialisti	661	33,8%	29.951	21.625	28.305	20.436	5,8%	105.211	66.072	100.359	63.026	4,8%
Engineering & Design	167	8,5%	1.135	989	1.028	896	10,4%	7.621	6.660	6.870	6.004	10,9%
Sistemisti/modulisti	88	4,5%	12.958	11.675	12.115	10.915	7,0%	45.704	44.241	44.770	43.337	2,1%
TOTALE	1.956	100,0%	51.862	38.800	49.075	36.648	5,9%	193.532	136.258	186.222	131.224	3,8%

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive Italiana 2016

Se lo scenario congiunturale con il quale le imprese della fornitura si sono confrontate nel 2015 è stato caratterizzato da un aumento della produzione nazionale di autoveicoli e da una crescita delle esportazioni del settore, come già evidenziato nel presente rapporto, i numeri complessivi raccolti confermano le dinamiche di una filiera in una fase di sviluppo, che troveranno conferma anche nei risultati dell'indagine presentati nei paragrafi successivi.

È stato individuato un universo di **1.956 imprese della componentistica**, che ha generato nel 2015 un **fatturato complessivo di 51,8mld di €**, di cui **38,8 stimati come giro d'affari direttamente riconducibile alla produzione per il mercato autoveicolare**,⁸ per un incremento del 5,9% rispetto all'anno precedente.

Particolarmente brillante la *performance* per le attività di E&D (+10,4%), nonché in espansione il volume di fatturato per specialisti e fornitori di moduli e sistemi; seppur positiva, più modesta è risultata invece la variazione del giro d'affari per la categoria dei subfornitori (+2,5%).

I **dati occupazionali** rispecchiano la **ripresa del settore**, che consta di quasi 194mila addetti, di cui 136mila⁹ impiegati direttamente per il settore auto; l'incremento, pari al + 3,8% per l'universo, è stato più modesto per il *cluster* dei fornitori di sistemi e moduli, mentre per gli E&D la dinamica riflette quella dell'andamento del fatturato.

10.6 Caratteristiche delle imprese

Quale oggetto dell'elaborazione dei risultati di indagine è stato ottenuto un **campione complessivo di 355 imprese rispondenti, di cui 177 attività aventi sede legale in Piemonte e 31 in Emilia Romagna**. È un insieme di assoluto rilievo e peso, considerato che nel 2015 ha generato un fatturato totale di 12mld di €, per il 75% derivante dal settore *automotive*, e occupato 50.900¹⁰ addetti. Tra questi, grazie alle dichiarazioni fornite dai rispondenti, è stato calcolato in 36.400 unità il numero di risorse umane direttamente occupate per il mercato della componentistica autoveicolare.

Dalla scelta metodologica di individuare un universo campionario costituito principalmente da società di capitali, e di cui si è fatto cenno nelle premesse, ha origine un campione composto da società a responsabilità limitata per il 72% e per il 27% da società per azioni; resta residuale la presenza di altre tipologie di imprese (ad es. società consortili), secondo una distribuzione prossima a quella rilevata nelle passate edizioni dell'indagine.

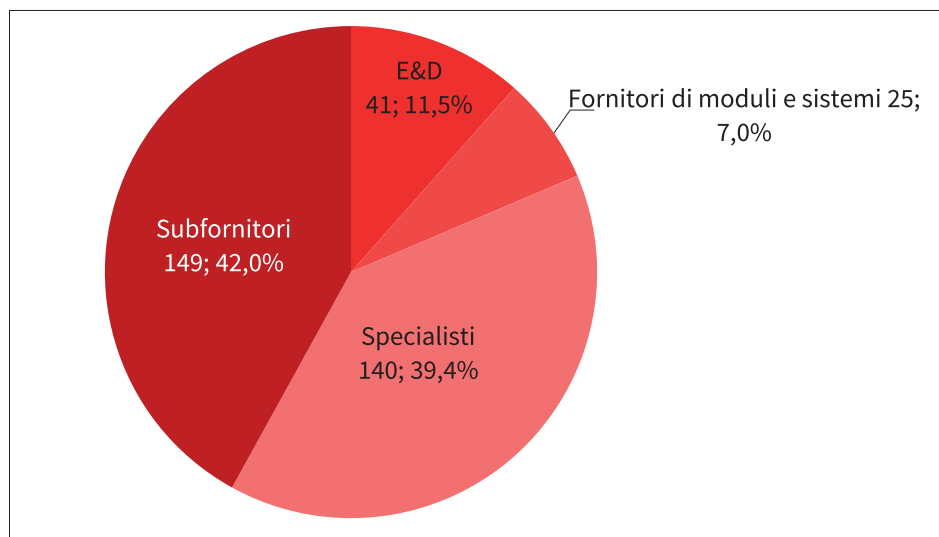
⁸ La stima del valore del fatturato riconducibile al settore auto è stata calcolata utilizzando la quota del giro d'affari derivante dal mercato della componentistica automotive, rilevata per le diverse categorie di fornitori nell'indagine sul campo.

⁹ Analogamente alla procedura seguita per il calcolo del fatturato, per la stima del numero di addetti che all'interno delle imprese svolgono mansioni e/o sono assegnati a unità operative per il mercato autoveicolare, è stata utilizzata la quota di addetti direttamente impiegati per il comparto automotive, rilevata per le diverse categorie di fornitori nell'indagine sul campo.

¹⁰ Fonti delle statistiche sugli addetti sono in via precipua le dichiarazioni rese dalle imprese, verificate con i dati estratti dalle visure camerali derivanti dagli archivi INPS, le statistiche riportate sulle note integrative dei bilanci, nonché la banca dati Aida del Bureau Van Dick.

Le interviste condotte e ulteriori successive verifiche sulle singole posizioni imprenditoriali hanno permesso di assegnare correttamente ciascuna impresa alle **categorie di fornitori** nelle quali si struttura la *supply chain*, distinguendo tra fornitori di moduli e sistemi, specialisti (ivi compresi gli specialisti *aftermarket*), subfornitori e attività di E&D.

Figura 44 Imprese rispondenti per categoria (valori assoluti e %)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

La composizione del campione risulta vicina alla composizione della filiera nazionale, in termini di categorie di imprese, con l'eccezione di un numero più contenuto di subfornitori, che costituiscono il 42% del campione, mentre costituiscono il 53% dell'universo. I *cluster* dei fornitori di moduli e sistemi (7% del campione rispetto al 4% dell'universo), quello delle attività di E&D (12% del campione rispetto al 9% dell'universo) e degli specialisti (39% del campione e 34% dell'universo) sono suddivisi in termini di numerosità in modo simile alla componentistica nazionale.

Se in base alle dichiarazioni rese dalle imprese, un'impresa su due (il 49%) si definisce *Tier I*,¹¹ e la restante metà del campione (il 51%) si colloca in posizioni inferiori della catena di fornitura (nello specifico il 33% è fornitore di secondo livello e il restante 18% di terzo livello od oltre), va evidenziato che il 40% delle imprese afferma di operare in più posizioni

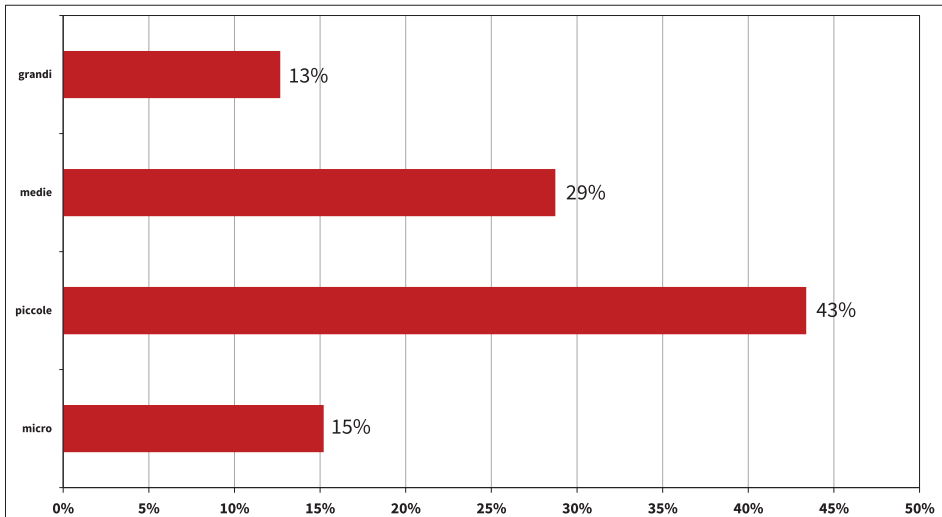
¹¹ Si ipotizza che parte delle imprese autodichiaratesi *Tier I*, siano in realtà prevalentemente fornitori di secondo livello, che si rapportano con *Tier 0,5*.

della piramide di fornitura, percentuale che sale per i fornitori di moduli in qualità anche di *Tier II* (il 48%), per le attività di E&D (il 47%), nonché per gli specialisti (il 42%).

La scomposizione del campione per **classi di addetti e fatturato** delle imprese evidenzia la prevalenza della piccola-media dimensione, in aderenza alla distribuzione rilevata per l'insieme della componentistica italiana: le imprese tra 10 e 49 dipendenti rappresentano il 43% del totale, seguite dalle attività con un'occupazione compresa tra i 50 e i 249 dipendenti (il 29%). Adeguatamente rappresentate risultano anche le imprese di grandi dimensioni e le micro realtà, con meno di 10 addetti. La grande dimensione domina tra sistemisti e modulistti (quasi un'impresa su due ha oltre 249 addetti), tra gli specialisti si distingue la presenza di quella media (il 39% della categoria), mentre per i subfornitori e le attività di E&D prevalgono le piccole e micro aziende (rispettivamente il 73% e il 76% delle imprese).

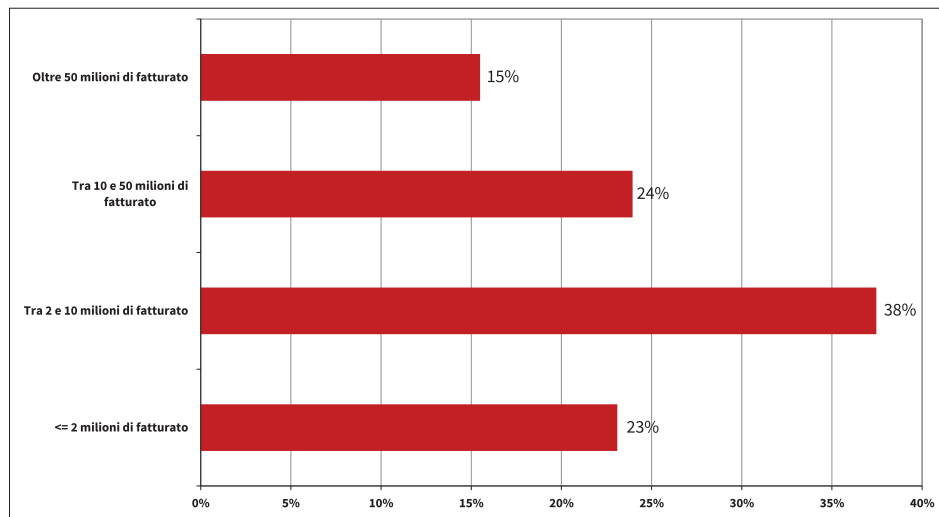
L'analisi per giro d'affari, utile, insieme al dato sugli addetti, alla qualifica di PMI secondo la definizione europea,¹² individua tra le iniziative imprenditoriali con meno di 2mln di fatturato annuo (il 23% del totale), imprese che in base alla sola soglia dimensionale degli effettivi sarebbero da considerare piccole imprese; sul polo opposto imprese di medie dimensioni per numero di dipendenti hanno risultati di bilancio con fatturati superiori ai 50mln di €, spartiacque per l'attribuzione di qualifica di grande impresa.

Figura 45 Imprese per classi dimensionali



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

12 Cfr. Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione Europea.

Figura 46 Distribuzione imprese per classi di fatturato

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Tabella 16 Numero di imprese per classi dimensionali e di fatturato

	Fino a 2mln di €	Da 2 a 10mln	Da 10 a 50mln di €	Oltre i 50mln di €	Totale
micro	48	6	0	0	54
piccola	34	110	10	0	154
media	0	18	67	17	102
grande	0	0	7	38	45
Totale complessivo	82	134	84	55	355

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Guardando alle forme organizzative, completa il profilo delle imprese indagate l'esame dell'**appartenenza delle imprese a gruppi industriali**: tra le intervistate il 30% appartiene a un gruppo, per lo più con capogruppo estera (i 2/3 delle imprese con *holding*) e rispetto alla rilevazione condotta nel 2014, cresce la quota di imprese indipendenti (erano il 60%). L'appartenenza a un gruppo è maggiormente diffusa tra i fornitori di moduli e sistemi (l'84% delle imprese), dove prevale il gruppo estero, e tra gli specialisti (il 38%), a fronte di una maggiore indipendenza espressa dal *cluster* dei subfornitori e dalle imprese di E&D.

Nel triennio 2013-2015 le imprese rispondenti del settore della compo-

mentistica sono state interessate da **operazioni di fusioni e acquisizioni** come segue: l'11% delle imprese ha dichiarato di aver acquisito il controllo di un'altra impresa italiana o estera e solo per il 2% degli operatori si è trattato di partecipazione con una quota minoritaria; residuali invece i casi nei quali le aziende sono state acquisite da altre imprese o nei quali ad esse hanno ceduto una quota minoritaria.

Tabella 17 Appartenenza a gruppo industriale (valori %)

	Fornitori di moduli e sistemi	Specialisti	Subfornitori	E&D
Non appartenenza a gruppo	16,0	55,0	78,5	87,5
Appartenenza a un gruppo	84,0	33,5	17,5	12,5
di cui:				
gruppo italiano	4,0	11,4	10,1	10,0
gruppo estero	80,0	22,1	7,4	2,5

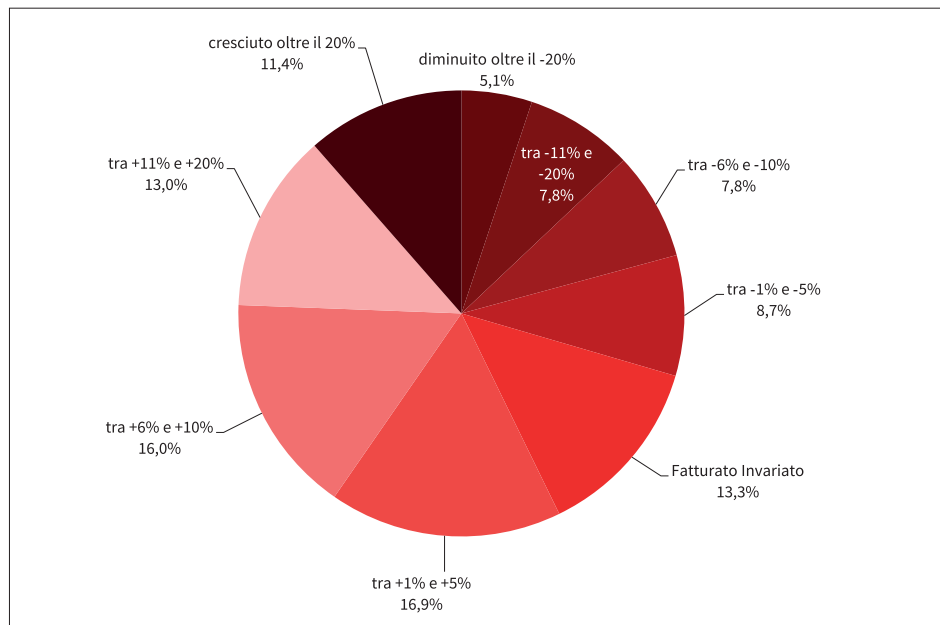
Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

10.6.1 Andamento del fatturato della filiera: rafforzato il ruolo degli specialisti e della grande dimensione, aumenta la diversificazione settoriale

I risultati dell'indagine descrivono una filiera in fase espansiva sotto il profilo del **fatturato** prodotto, proseguendo il *trend* che si era evidenziato nell'anno precedente, anche se convivono situazioni eterogenee: l'andamento positivo del giro d'affari ha riguardato il 57% delle imprese, con un saldo¹³ tra coloro che hanno dichiarato un aumento e coloro che si sono espressi per una riduzione pari al 28%, in linea con il dato del 2014. Le imprese in difficoltà, con un fatturato in diminuzione, tuttavia rappresentano il 29% del campione, in lieve incremento rispetto a quanto rilevato nell'anno precedente.

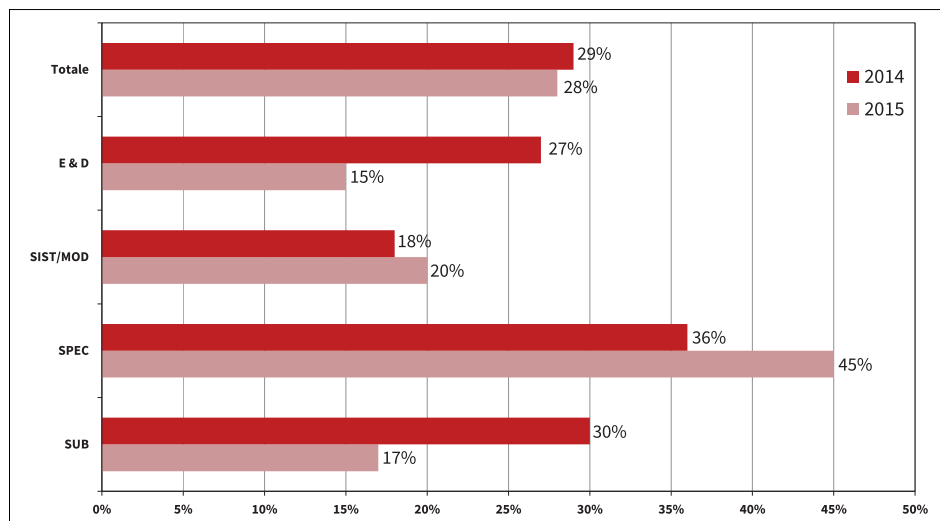
13 Il saldo tra dichiarazioni di aumento e dichiarazioni di diminuzione del fatturato, indipendentemente dall'entità delle variazioni, non tiene conto di quanti hanno dichiarato la stazionarietà del giro di affari (pari al 13%).

Figura 47 Ripartizione delle imprese secondo l'andamento del fatturato (2015/2014)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Figura 48 Saldo tra dichiarazioni di aumento e riduzione del fatturato per categoria (2015 e 2014, valori %)

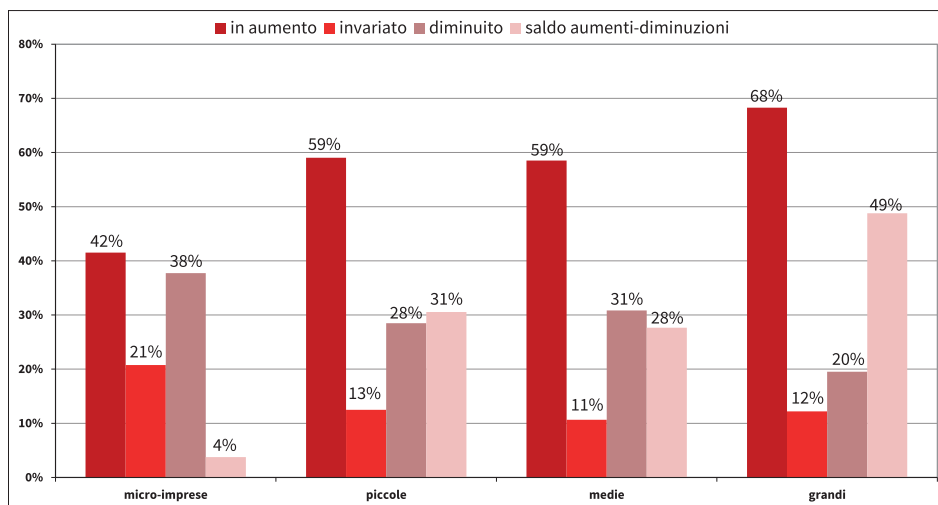


Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Tutti i *clusters* dei fornitori della filiera hanno registrato in media un **saldo positivo tra incremento e diminuzione del giro d'affari**: in special modo, si distinguono gli specialisti che, come già avvenuto nel 2014, manifestano una situazione di crescita, con il saldo migliore (+45%), mentre, sul fronte diametralmente opposto, per le attività di E&D, il saldo, seppur ampiamente positivo, risulta il più contenuto tra le imprese indagate (+15%), così come per il gruppo dei subfornitori. Se è vero che sono le categorie con più imprese in sofferenza, rispettivamente con il 37% e il 34% di operatori che hanno denunciato un calo del fatturato, per gli E&D va tuttavia sottolineato che fra le imprese che hanno segnalato un fatturato in crescita, l'aumento è stato spesso superiore del 10% o addirittura del 20% rispetto all'anno precedente.

A livello dimensionale, sono le grandi imprese (oltre i 249 addetti) ad esprimere le *performance* migliori (saldo del +49%); simile il comportamento delle medie e delle piccole imprese dove l'aumento del fatturato ha riguardato il 59% delle attività, con saldi marcatamente positivi. **La micro dimensione manifesta invece maggiori difficoltà**: ancorché positivo, il saldo tra aumenti e diminuzioni del giro d'affari si ferma al +4%, dovuto al 38% di imprese che in questa classe hanno subito un decremento del fatturato.

Figura 49 Andamento fatturato per dimensione impresa



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Nel corso degli anni l'Osservatorio ha avuto modo di analizzare e approfondire i cambiamenti avvenuti all'interno della filiera in termini di **mercati di riferimento**, quali destinatari diretti dei prodotti e dei servizi delle

imprese. Il settore della componentistica è stato caratterizzato negli ultimi tre decenni da una **crescente diversificazione** 'merceologica', con l'**apertura a nuovi settori**: con strategie di riposizionamento, indotte negli anni della crisi dalla necessità di fronteggiare le avversità del mercato, per molte imprese si è modificata la dipendenza dal settore auto, con la penetrazione in nuovi settori nell'ambito manifatturiero. In molti esempi di diversificazione, l'accesso in altre filiere merceologiche ha pertanto compensato quote perse nel comparto auto, o, nei casi più virtuosi, l'ingresso in altri settori ha accresciuto complessivamente il *business* delle imprese, col mantenimento di quote nel settore tradizionale.

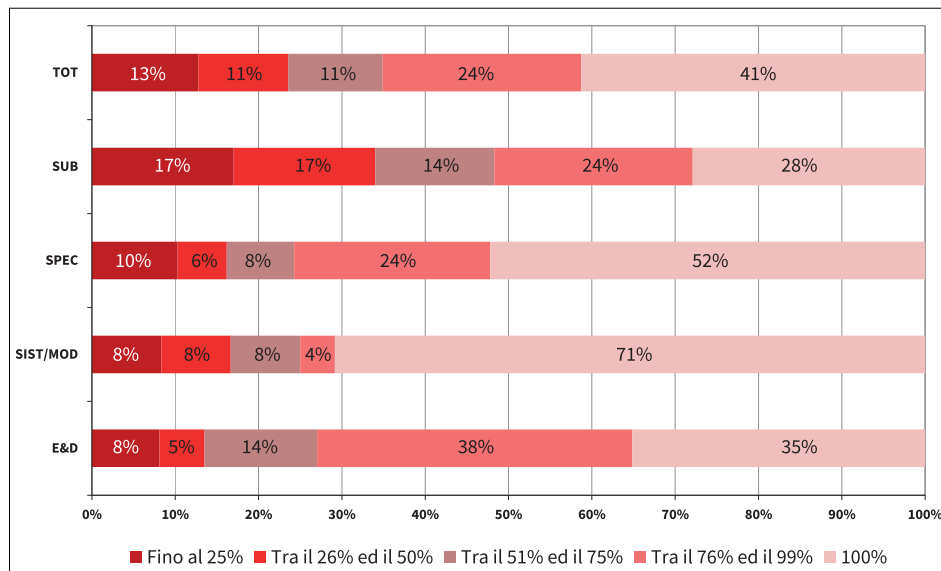
Con un processo inverso, non sono tuttavia mancate anche imprese indirizzate verso l'auto a causa delle difficoltà manifestatesi in passato in altri comparti, come l'informatica, l'industria degli elettrodomestici o del tessile, o per nuove opportunità di *business* offerte, secondo un processo di diversificazione intersettoriale.

Risultati del percorso di orientamento anche verso altri settori che, in generale, ha coinvolto la filiera, emergono anche dalle evidenze dell'indagine condotta nel 2016: continuano a rappresentare il segmento modale del campione le imprese con un **fatturato generato in misura totale dal settore auto** (il 41,3% delle imprese), ma in riduzione rispetto alla rilevazione del 2014 e a quella dell'edizione precedente (rispettivamente il 55% e il 60%). I fornitori di moduli e sistemi e gli specialisti, per le caratteristiche intrinseche e le specificità di queste attività della filiera, hanno una maggiore dipendenza dal settore auto (rispettivamente il 71% e il 52% di operatori deriva il 100% del fatturato dal mercato del settore *automotive*), mentre **la categoria dei subfornitori è quella che ha modificato di più nel tempo i propri mercati di riferimento**, affrancandosi in misura maggiore dal settore tradizionale e andando a rifornire anche imprese operanti in settori differenti dall'automotive.

Nel campione indagato la diversificazione settoriale più marcata (>50% di fatturato derivante da comparti estranei all'auto) riguarda quasi un'impresa su 4, quota più elevata di quella riscontrata nel recente passato.

Le imprese che sono interessate da una tendenziale minore dipendenza dal mercato derivante dal comparto dell'automotive si concentrano nella categoria dei subfornitori, in linea con quanto rilevato nel 2014.

Figura 50 Fatturato automotive per categoria



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Infine, dall'incrocio di due variabili -la quota del giro d'affari delle imprese generato dal settore auto e i risultati economici dichiarati nella filiera- emerge con *performance* migliori l'insieme delle aziende che ha un'elevata dipendenza dal comparto auto, ma che orienta il proprio *business*, ancorché in misura minoritaria, anche verso altri settori merceologici.

Tabella 18 Trend e incidenza del fatturato automotive sul fatturato totale

Incidenza settore auto sul fatturato	Andamento fatturato			Totale
	Aumentato	Stabile	Diminuito	
Fino al 50%	57,1%	6,5%	36,4%	100%
Tra il 51 ed il 75%	66,7%	16,7%	16,7%	100%
Tra 76% e 100%	55,5%	15,3%	29,2%	100%

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

10.6.2 Gli addetti del settore

L'universo delle imprese rispondenti all'indagine ha mostrato segnali positivi anche con riferimento all'occupazione: tra il 2015 e l'anno precedente, è stato stimato infatti un incremento degli addetti del 5%.¹⁴

Tre imprese su quattro della componentistica automotive italiana, anche se plurilocalizzate non varcano, con insediamenti produttivi o sedi amministrative, i confini regionali: è quanto si deduce guardando alla distribuzione degli addetti tra la regione dove ha sede l'impresa, gli altri territori nazionali o l'estero. Quando però le aziende impiegano addetti al di fuori della regione, il 10% della forza lavoro complessiva dell'impresa risulta occupato all'estero e il 26% opera invece in altre regioni italiane.

La diversificazione merceologica delle imprese della componentistica, evidenziata dall'analisi del fatturato, si riverbera sulla quota di **addetti impiegati per le attività del settore automotive** sul totale degli addetti, calcolata per il gruppo delle imprese rispondenti in **72 punti percentuali**.

Oltre la metà delle imprese (il 55%) ha quasi la totalità degli addetti direttamente impiegati per le attività dell'auto, percentuale che sale **all'88% per i fornitori di moduli e sistemi**, ma si ferma al 46% per i subfornitori, che è la categoria dove più di un'impresa su tre (il 36%) orienta il lavoro della maggioranza degli addetti su produzioni diverse da quelle del settore auto.

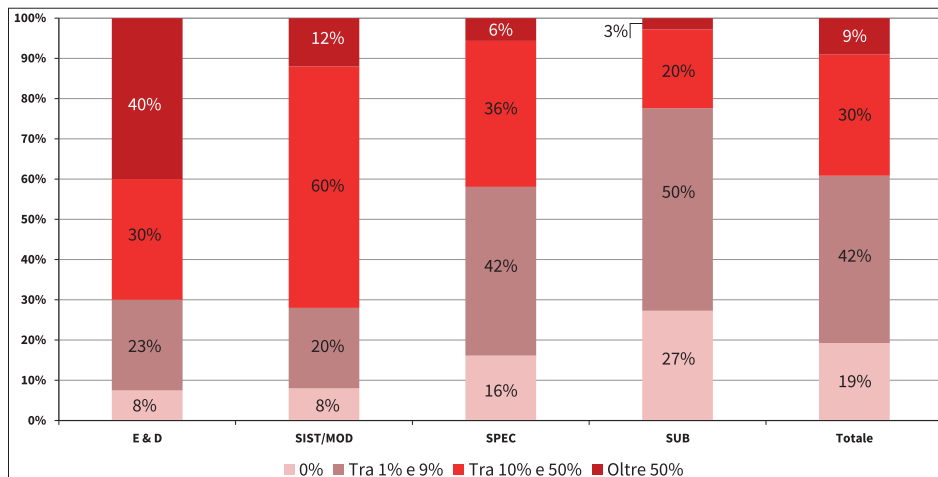
Per i segmenti degli specialisti e degli E&D l'occupazione dipendente in misura totalitaria dall'auto rispecchia il dato medio del campione, ma per la prima categoria risulta comunque più marcata la diversificazione rispetto alle attività di ingegneria (il 28% delle imprese ha la maggioranza degli addetti occupata in settori diversi dall'auto).

Quanto al livello di istruzione delle risorse umane,¹⁵ i risultati dell'indagine evidenziano **che il 19% delle imprese non ha alcun addetto in azienda con la laurea**, mentre sul polo opposto le aziende con la quota maggioritaria di laureati tra gli addetti rappresentano il 9%.

¹⁴ Per il computo degli addetti degli anni 2015 e 2014 si veda nota 11.

¹⁵ Si tenga conto che nell'industria italiana in media il 10% dei lavoratori dipendenti è in possesso di una laurea di I o II livello (ultimo dato ISTAT disponibile anno 2014)

Figura 51 Quota degli addetti laureati per categoria



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Il 42% delle imprese della componentistica autoveicolare ha tra i lavoratori addetti laureati, ma con una quota inferiore al 10%. Si manifestano differenze significative nelle diverse categorie di fornitori: tra le imprese di subfornitura tale percentuale sale al 50%, cui si aggiunge il 27% di imprese che hanno dichiarato di non avere addetti laureati, mentre tra le attività di E&D si ravvisa la maggiore quota di addetti laureati sul totale (il 40% delle imprese con oltre la metà degli addetti con il titolo di studio post-secondario).

10.6.3 *Aftermarket* e primo impianto

Secondo i dati del Barometro *Aftermarket*, rilevazione statistica condotta dal Gruppo Componenti ANFIA che monitora su base mensile l'andamento del mercato dei ricambi automotive, nel 2015 il segmento *aftermarket*¹⁶ ha registrato un **incremento del fatturato del 4,3%** rispetto all'anno precedente. È un settore diviso tra gli *Independent aftermarket manufacturer* (IAM), e gli operatori del canale OES (*Original equipment services*), fortemente dipendente dalla regolamentazione europea in materia e il cui *trend*, in quanto collegato alla domanda di riparazione e manutenzione degli autoveicoli, è influenzato dalle caratteristiche del parco veicolare circolante in termini di obsolescenza e livello di usura.

16 È un mercato stimato in Italia in 12,6mld di € - dati 2015, società di ricerche Gipa Italia.

Se la rilevazione periodica ANFIA evidenzia una crescita del fatturato totale di questo settore, nel campione analizzato, tuttavia, il miglioramento complessivo del mercato dell'automotive parrebbe avere avuto ripercussioni soprattutto sulla crescita del fatturato dipendente dal primo equipaggiamento: sul segmento *aftermarket* risulta oggi attivo il 71% degli operatori della filiera della componentistica, quota inferiore a quanto rilevato nell'ultima edizione dell'Osservatorio (l'89%). Rispetto al passato si evidenzia pertanto una **relativa despecializzazione nell'*aftermarket***, considerato che **solo il 21% delle imprese che operano su questo mercato realizza un fatturato specifico superiore al 50%**.

Considerando la media campionaria, un quarto del fatturato (il 24%) è oggi generato dal mercato dell'*aftermarket*, contro il 33% della precedente edizione dell'Osservatorio.

Guardando alle tipologie di fornitori, gli **specialisti** risultano la categoria con la quota più elevata di operatori esclusivamente impegnati nel mercato dei ricambi (il 19% del totale degli specialisti).

10.7 L'internazionalizzazione della filiera: cresce l'orientamento ai mercati esteri

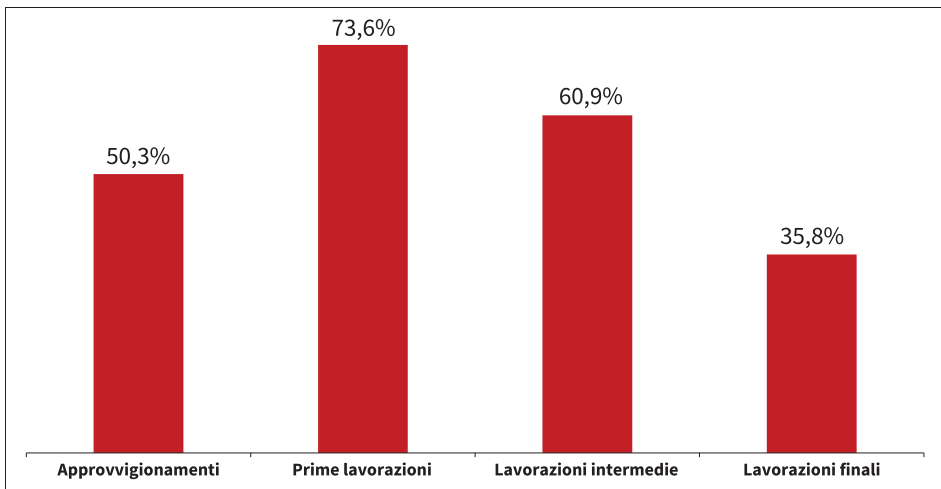
I flussi delle esportazioni e le strategie di internazionalizzazione messe in atto dalle imprese italiane della componentistica autoveicolare hanno risentito sia dei cambiamenti di più ampia portata dello scenario macroeconomico internazionale, sia delle trasformazioni che negli ultimi anni hanno riguardato la filiera dell'automotive. Strategie commerciali e di investimento più orientate al consolidamento della propria presenza su mercati maggiormente strutturati ma meno dinamici (Europa, Stati Uniti), si sono periodicamente alternate alla penetrazione in mercati emergenti (India) o in forte crescita (Cina). Con la crisi del 2008, inoltre, la diversificazione geografica dei mercati ha dovuto tenere in considerazione la necessità delle imprese di riposizionarsi anche sui mercati esteri più distanti.

Infine, si considerino altri fattori che vanno a influire sulle politiche commerciali e su modalità e orientamento degli scambi internazionali, quali la prossimità geografica ai mercati di destinazione, i costi di trasporto, le barriere tariffarie, ma anche l'esistenza di misure di *policy* favorevoli agli investimenti esteri, nonché il livello di burocratizzazione del Paese e l'orientamento sempre più evidente - soprattutto per la fornitura di I livello - ad una produzione *just in time*.

L'Italia, rispetto ad altri Paesi europei che hanno una propensione all'export estesa a tutte le fasi di produzione del settore automotive, gode di un vantaggio relativo legato principalmente all'export della componentistica e

delle lavorazioni intermedie: si tenga conto che nel 2013,¹⁷ in un confronto di lungo periodo con il 2005, la domanda internazionale a prezzi correnti era cresciuta soprattutto nelle fasi delle prime lavorazioni (+73,6%) e di quelle intermedie (+60,9%). In un contesto sempre più internazionale, questo emergente orientamento del **commercio estero nelle fasi intermedie del processo di produzione ha rivelato una crescente diversificazione geografica dei mercati al di fuori dell'Italia**, mentre la fase finale è fisiologicamente meno dinamica perché legata a doppio filo agli investimenti diretti esteri e alle scelte di localizzazione e delocalizzazione produttiva dei principali gruppi automobilistici.

Figura 52 La domanda internazionale per fasi del processo produttivo (2013-2005, variazioni %)



Fonte: «Il settore automotive nei principali Paesi europei». Unioncamere, Prometeia (2015). Elaborazioni su dati GTI

Nel commento che segue, si potranno osservare anche dinamiche differenti all'interno di questa composita realtà imprenditoriale: per **sistemisti e modulist** sembra ormai consolidato e stabile l'orientamento al commercio estero, collocandosi lontano dagli *exploit* che invece si osservano ancora nelle dinamiche di internazionalizzazione attuate dagli specialisti e ancor più dalle imprese di E&D.

La rilevazione condotta sulle imprese della componentistica ha inteso indagare diversi aspetti dell'approccio all'internazionalizzazione delle imprese.

17 Cfr. Il settore automotive nei principali Paesi europei, Unioncamere, Prometeia, 2015

se: la quota di aziende esportatrici e il grado di intensità dell'export delle stesse, le aree di destinazione delle transazioni di merci, gli investimenti produttivi effettuati oltre confine, l'orientamento geografico futuro di merci e investimenti, nonché i freni alle attività di commercio internazionale.

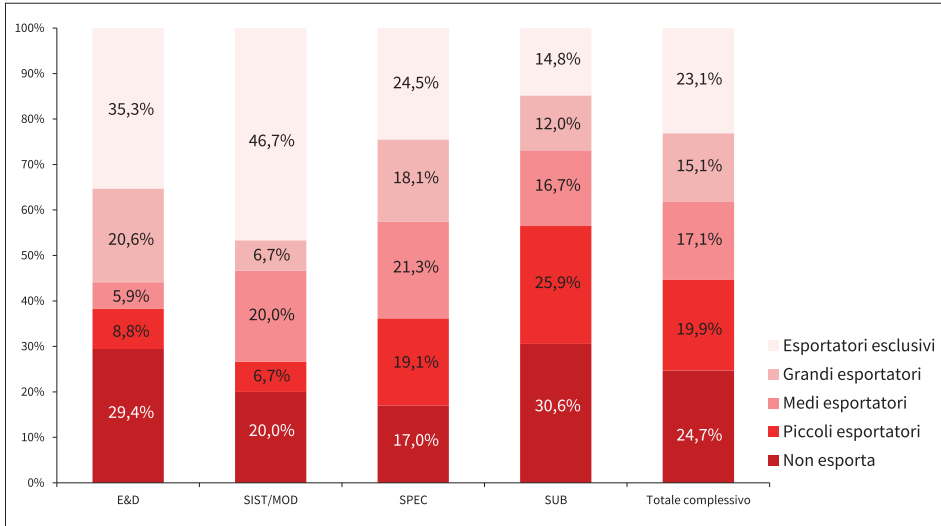
A conferma di quanto appena premesso e in analogia a quanto rilevato nei precedenti rapporti, emerge che **il 75% delle imprese rispondenti esporta**, a fronte del 72% nel 2014 e del 71% nel 2013. L'orientamento all'export, tuttavia, varia sulla base della specializzazione produttiva dell'impresa: gli specialisti di sistemi sono la categoria *'export-oriented'* per eccellenza nell'universo della componentistica italiana, con l'83% delle imprese che esporta. Anche gli integratori di moduli e sistemi esportano in percentuale più elevata rispetto a quanti operano nella subfornitura, fra i quali la percentuale di esportatori scende al 69%; più contenuto anche il numero delle imprese specializzate in E&D che nel 71% dei casi derivano parte del proprio fatturato dalle esportazioni, il cui ruolo però esula da quello delle lavorazioni intermedie per ricollocarsi nella fascia dei servizi di progettazione e ricerca applicata.

Se però si guarda al **peso medio delle esportazioni sul fatturato totale** - che, per le imprese della componentistica autoveicolare, è pari al **40,2%** - esso risulta molto più cospicuo fra sistemisti e modulist (il 55%) ma anche fra le imprese di E&D (il 51%), che non fra gli specialisti (il 43%) e meno ancora nel caso del fatturato dei fornitori di parti e componenti (il 32%). Da qui in realtà emerge, come già avvenuto nella precedente edizione dell'Osservatorio, che il grado di intensità dell'export è più marcato proprio fra i fornitori di sistemi e moduli e fra le imprese di E&D, che per oltre la metà si configurano come *'grandi esportatori'* o *'esportatori esclusivi'*.¹⁸ Questo dato non deve stupire, anzi, è esplicativo del fatto che, anche per specializzazioni per le quali l'export non è ancora una strategia commerciale generalizzata all'interno del tessuto imprenditoriale - ed è appunto il caso degli E&D - laddove presente, esso risulta determinante per la produzione di una consistente quota del fatturato complessivo.

Tuttavia, in analogia con le dinamiche dell'ultimo biennio, la presenza di esportatori *'grandi'* ed *'esclusivi'* nel 2015 è cresciuta anche nel complesso, passando dal 27% del 2013, al 34% del 2014, al 38% dell'ultimo anno.

¹⁸ Il grado di intensità dell'export considera la quota di fatturato dell'impresa che proviene dalle esportazioni. In questo senso, definiamo piccoli esportatori le realtà imprenditoriali che ricavano dall'estero meno di un quarto del fatturato; medi esportatori le imprese che ottengono dalle esportazioni tra il 25 e il 50% dei ricavi, grandi esportatori quelli che fatturano all'estero tra la metà e i tre quarti dei ricavi complessivi; infine, gli *'esportatori esclusivi'* che ricavano dall'estero oltre il 75% del fatturato. L'essere piccolo, medio o grande esportatore non è in relazione dunque all'entità del fatturato dell'impresa o alla dimensione aziendale *strictu sensu*, ma solo alla parte di fatturato che proviene dall'export.

Figura 53 Grado di intensità dell'export



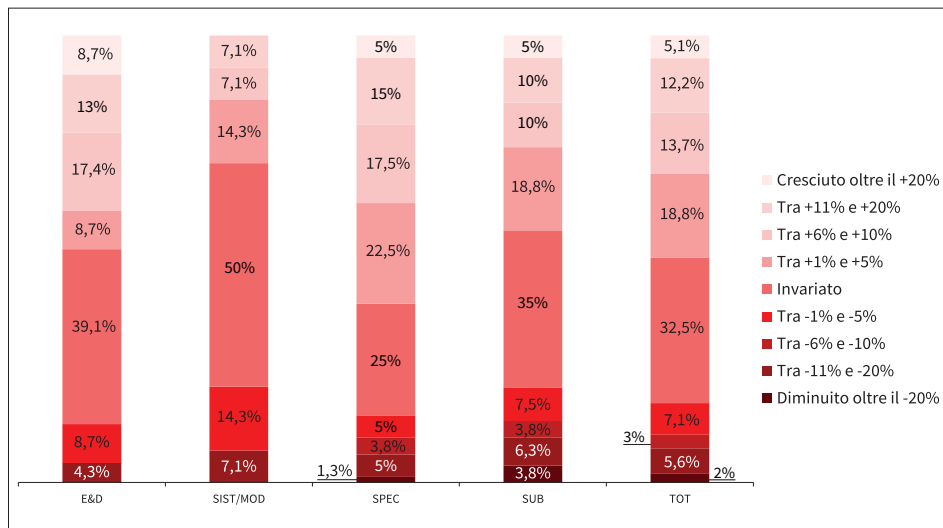
Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Anche la *trend* positivo del **fatturato estero** nel corso del 2015 supporta la tesi che l'internazionalizzazione dei mercati sia un fattore imprescindibile per cogliere le opportunità derivanti dal contesto internazionale, ma anche per rispondere al parallelo spostamento dell'asse produttivo nei mercati più dinamici, e dei consumi nei mercati emergenti.

La variazione media del fatturato estero fra il 2014 e il 2015 è stata del +4,2% a fronte del +2,2% dell'anno precedente, ed è stata trainata dagli specialisti (+4,9) e dagli E&D (+6,5). Coerentemente, anche il saldo tra le imprese che nel corso dell'ultimo anno hanno registrato un aumento del fatturato estero e quelle che invece hanno rilevato una diminuzione, è positivo perché pari al 32%, mentre nel 2014 lo stesso valore era pari al 27%.

Questa percentuale è ancora più ampia fra gli specialisti (il saldo è pari al 45%) e fra gli E&D (il 35%); risulta inferiore fra i subfornitori (il 23%) e fra sistemisti e modulatori, per i quali il saldo fra chi ha rilevato un aumento e chi una diminuzione del fatturato estero si riduce al 7%, a favore di quanti, invece, l'hanno dichiarato invariato (il 50%).

Figura 54 Trend del fatturato estero per categoria (2015/2014)

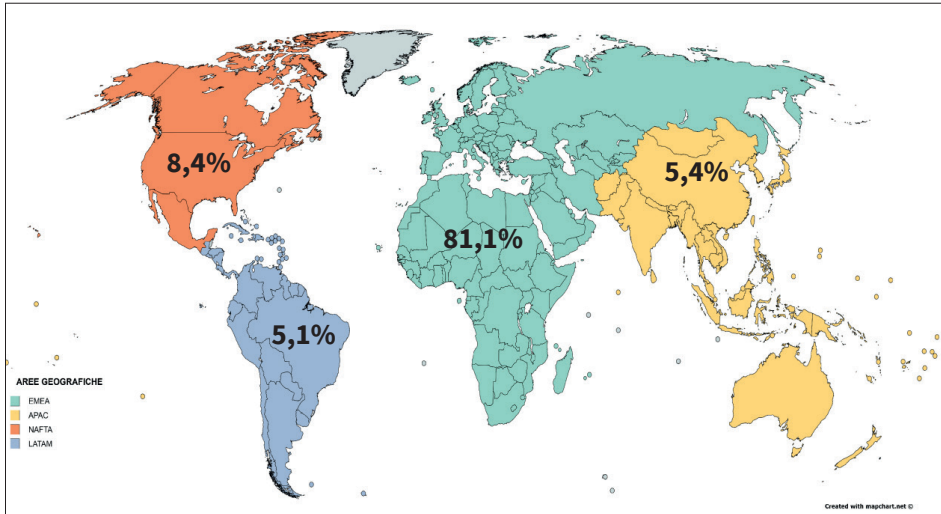


Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Dall'analisi dei **mercati esteri¹⁹ ad oggi più rilevanti per fatturato o per volumi ad essi destinati**, emerge ancora un predominio appannaggio **dell'EMEA**, quell'area geografica che include i Paesi di Europa, Medio Oriente e Africa, e nell'indagine ha raccolto l'81% delle citazioni (348). Fra le imprese che esportano, il mercato estero ad oggi più significativo è dunque quello più prossimo geograficamente, segnale **che i principali gruppi automobilistici europei rappresentano ancora i più importanti committenti delle lavorazioni intermedie italiane**; questa considerazione è ancora più rilevante per gli specialisti e gli integratori di sistemi e moduli. Nell'ambito dell'EMEA, i Paesi con il maggior numero di citazioni infatti si collocano entro i confini dell'Unione Europea, con Germania (90 citazioni), Francia (65) e a seguire Polonia (42): se l'export verso i Paesi della Vecchia Europa è destinato alle sedi dei grandi gruppi automobilistici continentali, le esportazioni che convergono verso la Polonia fanno seguito anche ai processi di delocalizzazione di stabilimenti produttivi messi in atto dalle stesse case automobilistiche europee.

19 L'analisi è stata condotta considerando le tre principali aree geografiche adottate in campo economico-industriale - EMEA (Europe, Middle East, and Africa); LATAM (Latin America); APAC (Asia Pacific Region) - e l'area afferente al NAFTA (North American Free Trade Agreement, stipulato fra Stati Uniti, Canada e Messico). Il Messico, che rientrerebbe sia nel LATAM sia nel NAFTA, è stato qui considerato solo in quest'ultima aggregazione per evitare duplicazioni nei conteggi delle citazioni del Paese.

Figura 55 Principali mercati esteri (valori % delle citazioni)



Le **altre aree geo-economiche risultano ancora decisamente meno importanti** nella produzione del fatturato e dei volumi di vendita. Così è per il continente americano: sull'area NAFTA, rappresentata nel 70% dei casi dagli Stati Uniti, converge solo l'8,4% delle citazioni delle imprese italiane, poiché si tratta di mercati che si avvalgono spesso di componenti prodotte localmente o in Sud America. Anche l'America Latina (LATAM) viene citata fra i principali mercati esteri solo nel 5,1% dei casi, dove emerge il ruolo preponderante del Brasile (il 59,1%). Infine i Paesi inclusi nella regione dell'Asia Pacifica (APAC) - Cina, India e Giappone fra tutti - che però vengono nominati fra i primi mercati esteri solo nel 5,4% dei casi.

È pur vero che l'orientamento generale non sempre riflette con precisione il posizionamento effettivo sul mercato estero delle imprese appartenenti ai diversi livelli di fornitura: fra gli **specialisti**, ad esempio, il peso dei mercati dell'area NAFTA è maggiore della media (il 9,4%), mentre per **sistemisti e modulist** l'importanza dell'America Latina è molto più rilevante (11,1%) rispetto alle altre specializzazioni. I Paesi dell'Asia Pacifica, invece, ad oggi sono molto importanti per i servizi forniti dalle imprese di E&D (15%).

Le logiche e le strategie di penetrazione sui mercati esteri inoltre subiscono alcuni cambiamenti anche quando considerate in un'ottica previsionale. Se si vanno a considerare le medesime aree geografiche sulla base degli **sforzi commerciali e degli investimenti in termini produttivi che le imprese della componentistica hanno intenzione di effettuare in futuro**, si nota anzitutto che il peso che qui riveste l'EMEA si riduce al 66,4% nel caso si parli di orientamento all'export (sempre destinati principalmente a Germania e Francia, seguite da Polonia, Spagna, Tur-

chia e Iran), e al 60,8% laddove si tratti di investimenti produttivi. Unica eccezione a questo andamento è data dai **subfornitori**, il cui mercato di riferimento resta saldamente circoscritto all'ambito EMEA, sia in relazione al potenziamento di scambi commerciali con l'estero (l'80,2% delle citazioni), sia in vista di scelte produttive future (l'88,4%).

Per gli altri segmenti produttivi della componentistica, **cresce l'interesse nei confronti dell'area NAFTA** (8 volte su 10 si tratta degli Stati Uniti), dove quasi le imprese individuano nel 16% dei casi futuri mercati di destinazione dell'export di componentistica: a mostrare particolare interesse le imprese di E&D. **L'Estremo Oriente (area APAC), invece, risulta essere più interessante per investimenti futuri legati a strategie produttive di delocalizzazione**: nel 21% dei casi le imprese dichiarano di avere in corso progetti di investimento in Asia, soprattutto in Cina e in India. Qui emerge ovviamente un più evidente interesse di sistemisti e modulist (25%) e degli specialisti (il 17,1%), ma anche delle imprese di E&D che, peraltro, nel continente asiatico intravedono non soltanto opportunità produttive (il 30% dei casi), ma anche in termini di nuove esportazioni (il 30,8% dei casi).

Tabella 19 Internazionalizzazione delle imprese della componentistica italiana

		Macro aree economico - geografiche				
		EMEA	NAFTA	LATAM	APAC	Totale
E&D	Mercato estero per fatturato	72,5%	7,5%	5,0%	15,0%	100,0%
	Orientamento futuro export	42,3%	26,9%	0,0%	30,8%	100,0%
	Investimenti futuri produzione	40,0%	30,0%	0,0%	30,0%	100,0%
SIST/ MOD	Mercato estero per fatturato	81,5%	7,4%	11,1%	0,0%	100,0%
	Orientamento futuro export	62,5%	0,0%	12,5%	25,0%	100,0%
	Investimenti futuri produzione	40,0%	10,0%	20,0%	30,0%	100,0%
SPEC	Mercato estero per fatturato	83,3%	9,4%	3,1%	4,2%	100,0%
	Orientamento futuro export	61,9%	16,2%	4,8%	17,1%	100,0%
	Investimenti futuri produzione	47,4%	8,8%	12,3%	31,6%	100,0%
SUB	Mercato estero per fatturato	80,6%	7,6%	6,5%	5,3%	100,0%
	Orientamento futuro export	80,2%	12,3%	4,9%	2,5%	100,0%
	Investimenti futuri produzione	88,4%	7,0%	2,3%	2,3%	100,0%
TOT	Mercato estero per fatturato	81,1%	8,4%	5,1%	5,4%	100,0%
	Orientamento futuro export	66,4%	15,5%	4,5%	13,6%	100,0%
	Investimenti futuri produzione	60,8%	10,0%	8,3%	20,8%	100,0%

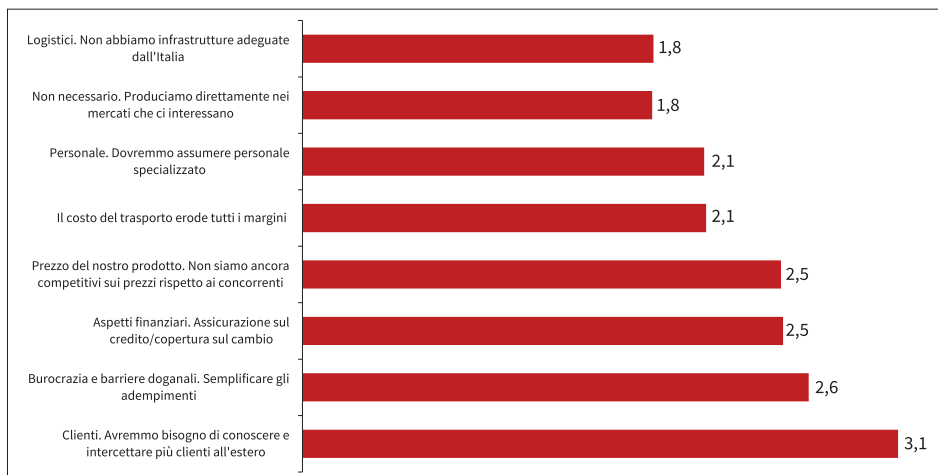
Fonte: Indagine Osservatorio sulla Componentistica automotive italiana 2016

In queste valutazioni, è d'obbligo considerare che vi sono anche fattori esterni che le imprese considerano nel momento in cui scelgono se delocalizzare o se, invece, esportare: in questo senso, ad esempio, l'esistenza di barriere tariffarie e di politiche protezionistiche sviluppate in alcuni

Paesi – si pensi a Cina, India e Brasile – può rendere estremamente sconveniente la scelta di esportare e, viceversa, favorire l’attrazione in loco di investimenti diretti esteri, anche mediante incentivi alla localizzazione o altri fattori (ad es. il minor costo del lavoro).

Fra i **principali problemi che le imprese del settore enunciano nello sviluppo di nuovi canali di vendita all’estero**, infatti, vi sono proprio la **burocrazia** e le **barriere doganali**, con la necessità di semplificare gli adempimenti amministrativi che spesso non incoraggiano le aziende ad aprirsi a mercati esteri. Tuttavia, la criticità più significativa, quale freno all’export, sembra ancora essere legata alla **difficoltà di creare occasioni per conoscere e intercettare nuovi partner commerciali**, come già evidenziato in passato.

Figura 56 I principali freni all’export. Voti medi da 1 (min importanza) a 5 (max importanza)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

10.8 L’autonomia dal gruppo FCA (Fiat Chrysler Automobiles): con le produzioni in Italia torna a crescere la dipendenza della componentistica italiana

Le strategie di riposizionamento e le scelte di localizzazione della produzione del gruppo FCA stanno avendo un impatto rilevante sui rapporti tra i fornitori nazionali e l’assemblatore; l’avvio delle nuove linee di produzione in Italia e gli investimenti effettuati nel territorio nazionale da parte del gruppo italo-americano hanno determinato un’inversione di tendenza nel progressivo processo di affrancamento della filiera da FCA.

Nelle passate edizioni del rapporto di ricerca si sottolineava come l’allo-

ra costruttore nazionale era scomparso dal portafoglio di numerosi fornitori, che avevano avviato un marcato processo di diversificazione del parco clienti, se non del mercato di sbocco; molte aziende avevano ridefinito la propria formula imprenditoriale, nella direzione di una maggiore autonomia dal produttore automobilistico nazionale e di un'apertura verso mercati anche non di prossimità, così come erano state rivisitate le relazioni tra assemblatore e la catena di fornitura operante nello stesso territorio.

Proseguendo un *trend* già avviato dal 2014, anche grazie alla consolidata ripresa delle vendite dei marchi FCA, **nel 2015 è invece aumentata la dipendenza da questo gruppo**: il 79% dei componentisti italiani ha infatti dichiarato di avere il gruppo FCA nel proprio portafoglio clienti (direttamente o indirettamente, se collocati oltre il primo livello della piramide di fornitura), contro il 60% rilevato nel 2014.²⁰

FCA rappresenta più del 50% delle vendite per il 39% del campione e la dipendenza più marcata si riscontra nella categoria dei subfornitori; nell'insieme, gli specialisti risultano invece la categoria di operatori con la maggiore autonomia dal costruttore.

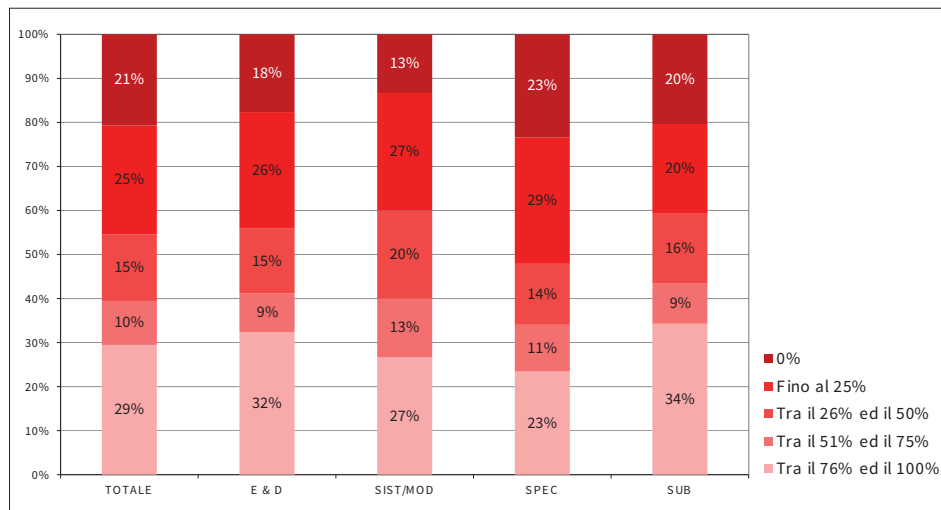
Analizzando la ripartizione del fatturato per cliente finale, si riscontra l'aumento della percentuale media di fatturato verso FCA Italia, che ritorna al 30% rilevato nel 2012, mentre diminuisce la quota verso fornitori e costruttori minori diversi dal gruppo italo-americano.

Aumenta, complessivamente, la dipendenza dall'estero, come già evidenziato nel paragrafo sull'internazionalizzazione: il 40% del fatturato risulta generato da ordini di clienti esteri (FCA e altri costruttori o fornitori), contro il 36% del 2014. L'integrazione sui mercati internazionali di FCA sta facilitando l'ingresso delle imprese della componentistica italiana su mercati internazionali, in passato non presidiati: **ad aumentare è l'export verso FCA**, mentre in leggera discesa quello collegato ad altri assemblatori o fornitori di altri costruttori.

In sintesi, dall'aggregazione dei dati si rileva che oggi in media **il 58% del fatturato prodotto dai fornitori di componenti italiani è generato da vendite a costruttori o fornitori di altri assemblatori diversi dal gruppo FCA**, mentre la quota in capo al gruppo italo-americano si attesta al 42%, in crescita di 13 punti percentuali rispetto alla rilevazione precedente.

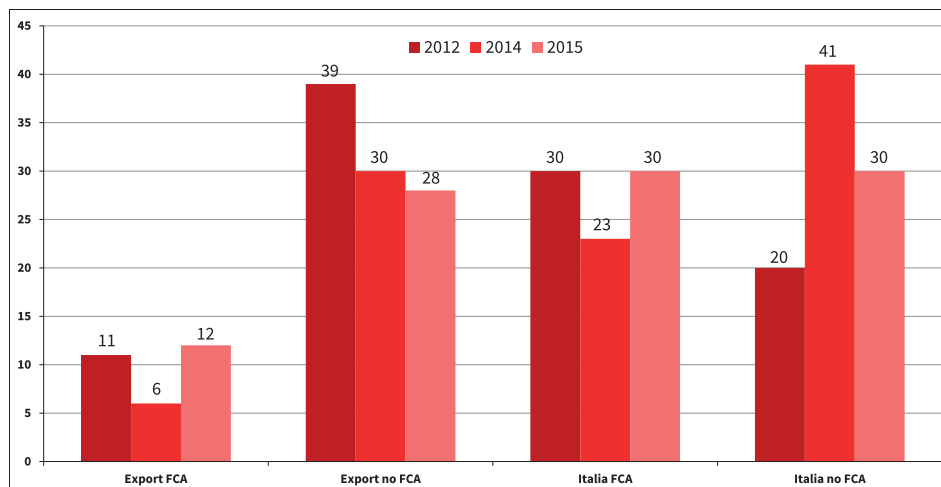
²⁰ La fase di sollecito delle risposte all'indagine e la valutazione del tasso di risposta alla domanda sul livello di dipendenza dal gruppo FCA hanno fatto emergere casistiche in cui le imprese, specie se collocate oltre i *Tier II*, hanno difficoltà a ricostruire i processi a monte ed individuare esattamente la destinazione delle proprie forniture.

Figura 57 Percentuale di fatturato da gruppo FCA



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Figura 58 Ripartizione del fatturato per cliente finale (valori %)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

10.9 Mercati di destinazione, capacità produttiva e competitors

Come emerso dai paragrafi precedenti, la filiera autoveicolare rappresenta oggi una realtà economica consolidata a livello globale, con dinamiche produttive condizionate dallo scenario internazionale, da una domanda che si amplia e si diversifica soprattutto sui mercati più lontani e ancora in forte crescita.

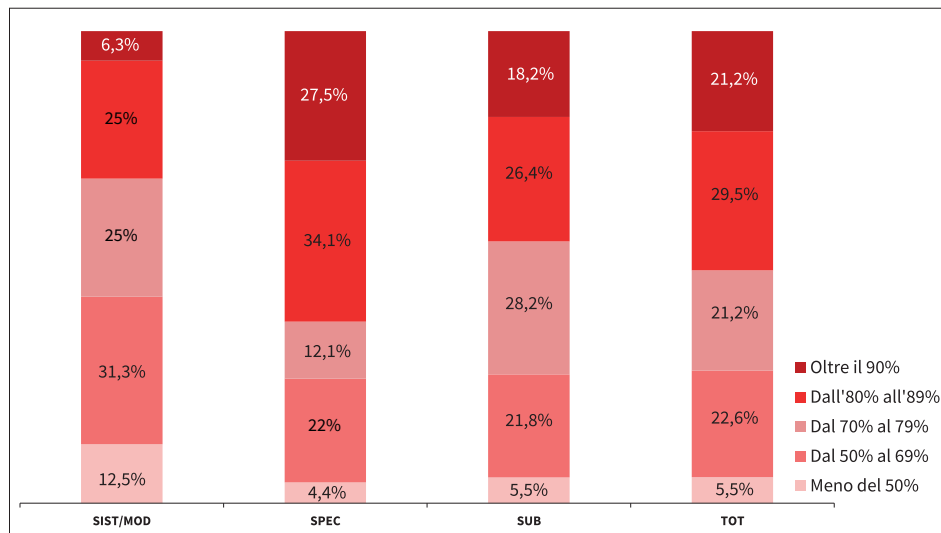
Le imprese della componentistica italiana rappresentano uno degli anelli strategici di questa filiera: la rispondenza a nuove esigenze produttive le ha rese più flessibili e resilienti, capaci di evolvere e di rimettersi in piedi in un periodo nel quale la crisi globale ha richiesto grandi capacità di adattamento, facendo leva anche sull'innovazione di prodotto e processo, così come sulla diversificazione geografica, produttiva ed organizzativa dell'impresa.

Questi cambiamenti hanno riguardato in primo luogo la capacità produttiva delle imprese. Nell'ultimo decennio, infatti, il grado di utilizzo degli impianti ha subito una diminuzione in quasi tutti i Paesi europei, flessione che ha coinvolto in prima battuta i produttori di autoveicoli europei.²¹ Nonostante questo quadro, **l'utilizzo della capacità produttiva delle imprese della componentistica autoveicolare si mantiene su livelli elevati.**

Infatti, oltre il **51% delle imprese ha dichiarato che la percentuale di saturazione della loro capacità produttiva è stata pari o superiore all'80%**; tale percentuale cresce sino a superare il 61% delle rispondenti nel caso degli specialisti di sistemi, mentre è inferiore fra sistemisti e modulistri (31,3% delle imprese). La posizione della subfornitura è intermedia (il 44,6%), anche se al suo interno è decisamente significativo il peso delle imprese (il 28%) per le quali il grado di saturazione degli impianti risulta compreso fra il 70% ed il 79% del totale. Tale *gap* fra specialisti e integratori di moduli e sistemi è facilmente contestualizzabile, poiché riflette il maggiore legame di sistemisti e modulistri ai tempi di produzione e assemblaggio dei gruppi automobilistici, anche a seguito dei vincoli dettati dal *just in time*, mentre gli specialisti hanno una più modesta attività di installazione diretta e maggiori opportunità di diversificare clienti e mercati di riferimento.

21 Si consideri che nel 2013 FCA aveva dichiarato un utilizzo della propria capacità produttiva in Italia pari al 53%, che sale al 66% se si considera l'area EMEA nel suo complesso. Si veda l'*executive summary* della ricerca «Il settore automotive nei principali Paesi europei», Unioncamere, Prometeia (2015).

Figura 59 Saturazione della capacità produttiva delle imprese



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Il volume di produzione della componentistica italiana non risulta aver subito particolari variazioni nemmeno a seguito di **investimenti o disinvestimenti per l'apertura o la chiusura di impianti produttivi**: nel corso del 2015, sono stati aperti nove nuovi stabilimenti produttivi in Italia e sei all'estero da parte di altrettante imprese. Sono state dichiarate solo quattro chiusure di impianti produttivi in Italia, mentre non vi sono state chiusure di sedi operative all'estero.

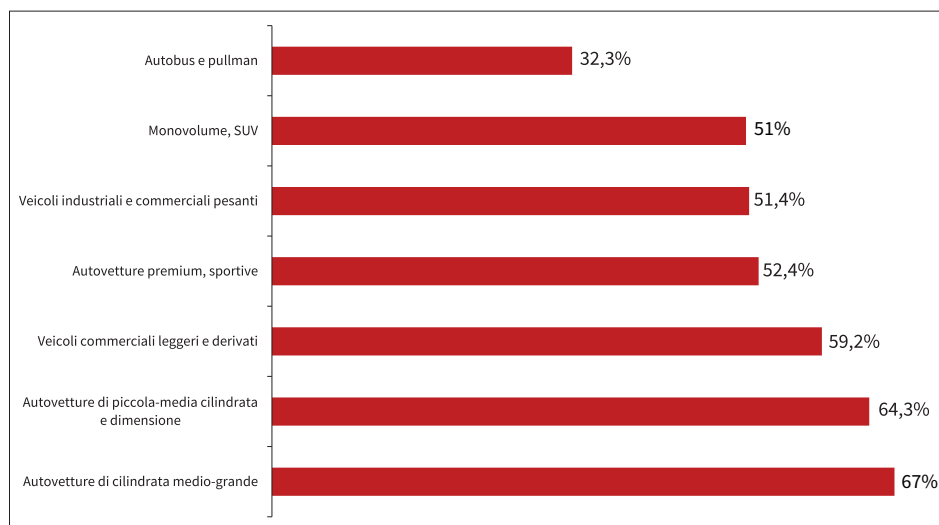
La ripresa dei processi produttivi va anche a vantaggio di un sistema imprenditoriale che deve rispondere alle esigenze di un mercato sempre più diversificato nella destinazione finale dei beni e servizi prodotti dalle imprese; quello che emerge è infatti un contesto nel quale le aziende della componentistica si indirizzano verso **differenti segmenti e categorie di veicoli**.

Nel *mass market*, nel quale possiamo ricondurre le autovetture di cilindrata piccola e medio-grande, converge la produzione della maggior parte delle imprese (rispettivamente il 64% e il 67% delle imprese).

Accanto ad esso, si consolida la produzione del settore *premium, sport e luxury* (il 52% delle imprese) e quello delle monovolume e dei SUV: anche nelle economie emergenti e in crescita, che di fatto ad oggi trainano la domanda, si registra un orientamento delle preferenze dei consumatori verso segmenti superiori a quello base ed una sempre maggiore attenzione a design e qualità dei prodotti. Infine, in analogia anche all'andamento degli anni precedenti, continua ad essere rilevante anche il mercato dei veicoli commerciali leggeri e di quelli pesanti.

Non emergono particolari differenze per segmenti di produzione, ad eccezione dell'attenzione maggiore che le imprese di engineering dedicano al settore *premium, sport e luxury* (l'87% delle imprese di E&D rispondenti), e una maggiore convergenza di sistemisti e modulist nel mercato delle autovetture di cilindrata piccola (il 76% dei rispondenti) e medio-grande (il 67%).

Figura 60 Imprese per destinazione finale della produzione (risposta multipla)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

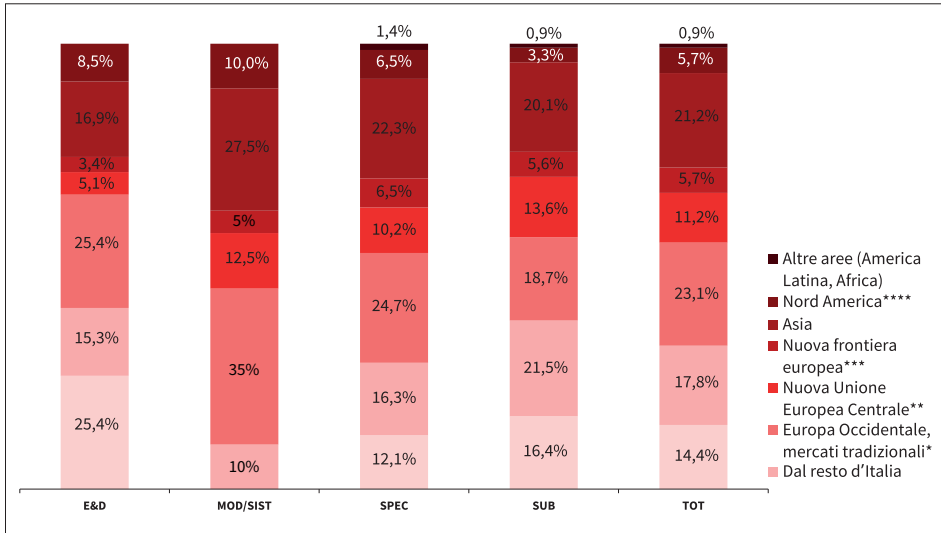
La necessità di dover competere su un mercato internazionale e di dover adeguare la produzione ad una domanda in costante evoluzione, ha spinto le imprese a confrontarsi con *player* globali e con concorrenti che spesso operano oltre confine; ma è probabile che abbia rappresentato uno stimolo a distinguersi dai competitor, investendo sempre più sulla **qualità dei prodotti e dei servizi**, oltre che sull'attività di ricerca e sviluppo.

Ad oggi, infatti, la concorrenza proveniente dalla stessa zona di produzione dell'impresa o dal resto d'Italia è citata solo nel 32% dei casi, mentre risulta particolarmente **sentita la minaccia della concorrenza dei mercati esteri, in specie quelli europei tradizionali (il 23%) e quelli dei Paesi asiatici (il 21%)**; inoltre, l'Europa centrale e i Paesi della nuova frontiera europea (nell'insieme il 17%) iniziano a dare maggiori preoccupazioni rispetto a quanto non avvenga per le imprese che hanno sede in Nord America (il 6%).

Eccezion fatta per gli specialisti, anche **la percezione di quali siano le aree geografiche di provenienza della concorrenza è differente**

sulla base del segmento di produzione dell'impresa: per sistemisti e modulistis la minaccia più importante proviene dall'Europa Occidentale, ma è particolarmente sentita anche la competizione con Asia e Nord America, mentre chi opera nel campo dell'E&D percepisce con maggior preoccupazione la competizione con le imprese che hanno sede nello stesso territorio; per i subfornitori, infine, una fetta consistente della concorrenza resta entro i confini italiani (circa il 38% delle risposte).

Figura 61 Area geografica di provenienza dei principali concorrenti (risposta multipla)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Nonostante emerga con evidenza che alla diversificazione geografica della domanda e della produzione si è affiancata anche una diversificazione della concorrenza a livello internazionale, le imprese della componentistica italiana non ritengono che la presenza in mercati specifici o la localizzazione strategica degli impianti di produzione possa rappresentare un elemento distintivo e decisivo rispetto ai competitors. Se è imprescindibile la scelta di **investire principalmente sulla qualità** dei beni prodotti e dei servizi erogati (il 30% delle risposte), risulta sempre più importante la capacità dell'impresa di **adattare e personalizzare il prodotto sulla base delle esigenze del cliente** (il 15%) e, di conseguenza, di **rendere più flessibile la produzione anche nei volumi** (il 14%), pur sempre garantendo al cliente **l'affidabilità nei tempi di consegna** (13%).

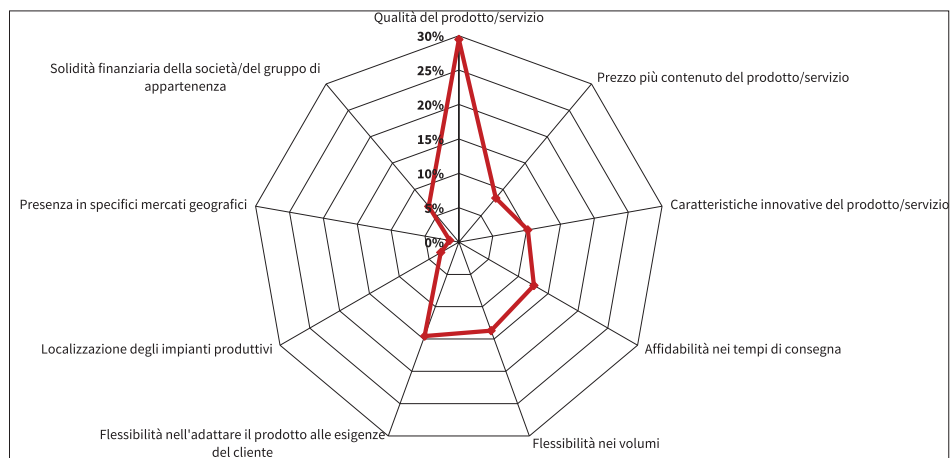
La **componente innovativa dei prodotti** (il 10% delle preferenze) si colloca ancora a cavallo fra gli elementi che le imprese reputano decisivi per emergere rispetto alla concorrenza e quelli ad oggi meno rilevanti: tuttavia,

come si vedrà nel successivo paragrafo, gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo stanno acquisendo sempre maggiore importanza e l'innovazione di processo e/o di prodotto è ormai strategica per operare nel sistema della filiera autoveicolare, dalla fase di ideazione all'assemblaggio. Del resto, per alcune categorie di imprese, l'innovazione è probabilmente una preconditione per poter operare all'interno della filiera, piuttosto che per essere competitivi.

Infatti, per competere sul mercato, le caratteristiche innovative di beni e servizi risultano decisamente più importanti proprio fra gli integratori di moduli e sistemi (il 22%) e le imprese di E&D (il 34% delle preferenze): i primi, con una produzione destinata quasi esclusivamente alla fornitura di I livello, si collocano in un segmento di mercato in misura crescente orientato all'alto contenuto tecnologico e alla nuova frontiera delle auto *smart*; gli E&D, con un *core business* collocato nell'ambito delle attività di progettazione e prototipazione.

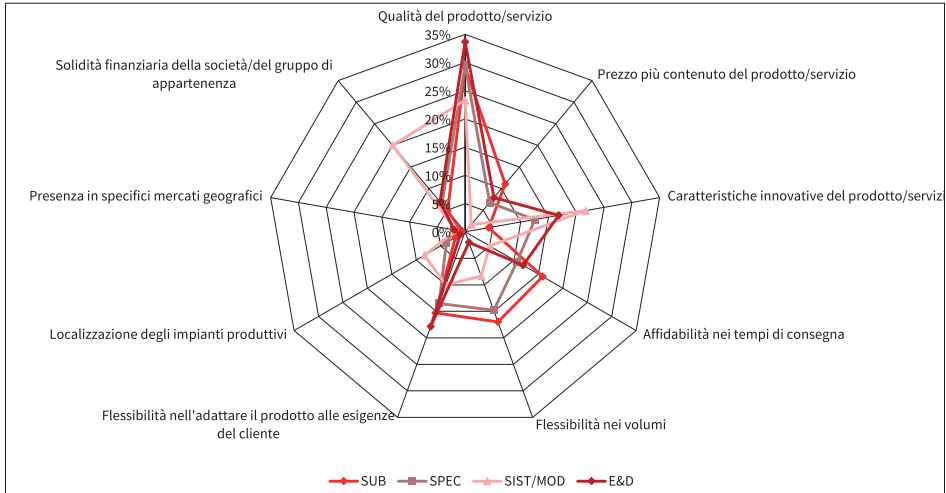
Per i subfornitori è strategico giocare maggiormente la propria competitività sulla flessibilità dei volumi di produzione (il 17%), mentre per le imprese di E&D è altresì importante sapersi adeguare alle esigenze dei committenti (il 18%). Infine, emerge una particolare attenzione di sistemisti e modulistri alla solidità finanziaria della società o del gruppo di appartenenza (il 20% delle citazioni), a fronte di un mondo - come è l'automotive - la cui fisionomia viene continuamente modificata e ridisegnata sulla base di nuove alleanze e strategie commerciali.

Figura 62 Fattori di distinzione rispetto ai concorrenti (risposta multipla)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Figura 63 Fattori di distinzione rispetto ai concorrenti per categoria (risposta multipla)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

10.10 Innovazione

La sfida dell'innovazione nell'automotive investe e coinvolge diversi ambiti tecnologici: dalle ricerche su nuovi materiali, all'elettronica; dai sistemi di alimentazione efficienti e volti all'abbattimento delle emissioni, al motore, alle tecnologie di automazione. Le imprese dell'automotive si distinguono per un'elevata propensione all'innovazione: è uno dei settori economici dove gli investimenti in ricerca e sviluppo sono più consistenti, ad alta intensità di capitale e ad alta intensità tecnologica, con un'elevata capacità di convertire la spesa in R&S in processi e prodotti innovativi. Nell'ambito della filiera autoveicolare, i fornitori di componenti giocano un ruolo strategico nello sviluppo e nell'immissione nel processo produttivo di prodotti ad alto contenuto tecnologico.

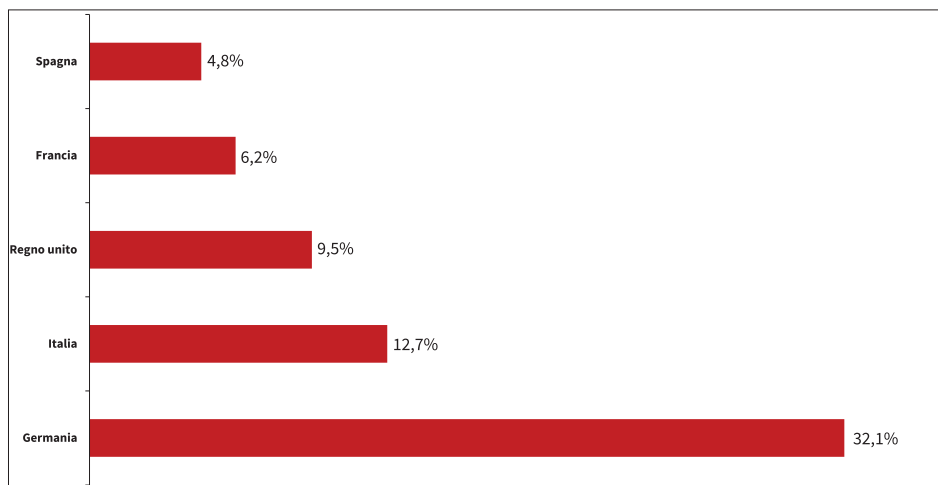
Gli investimenti in R&S nel lungo periodo hanno un effetto incrementale sulla produttività, rappresentando il *key driver* di un comparto ad alta intensità tecnologia in un mercato sempre più orientato all'innovazione.

Tabella 20 Spesa e addetti in R&S nel comparto automotive

Paesi		Anni					Addetti
		2009	2010	2011	2012	2013	
Germania	Valori in mln di €	13.820,7	14.811,7	16.312,4	17.360,8	17.187,0	96.539
	var. %		7,2%	10,1%	6,4%	-1,0%	
Regno Unito	Valori in mln di €	964,9	1.056,7	1.295,5	1.478,1	1.743,7	13.034
	var. %		9,5%	22,6%	14,1%	18,0%	
Francia	Valori in mln di €	1.657,9	1.804,9	1.918,3	1.901,1	1.907,5	14.249
	var. %		8,9%	6,3%	-0,9%	0,3%	
Italia	Valori in mln di €	993,2	1.075,5	1.297,7	1.378,8	1.453,4	13.952
	var. %		8,3%	20,7%	6,2%	5,4%	
Spagna	Valori in mln di €	348,2	382,2	357,4	340,8	328,2	5.277
	var. %		9,8%	-6,5%	-4,6%	-3,7%	

Fonte: Eurostat

Questa propensione ad attivare processi innovativi emerge con particolare evidenza sul territorio nazionale, anche laddove confrontata con altre realtà economiche a livello europeo:²² nel corso dell'ultimo quinquennio, infatti, **l'Italia ha visto aumentare costantemente la spesa in R&S del settore automotive, che è passata dai 993mln di € del 2009 a 1,5mld di € nel 2013 (+46,3%)**; fuorché il Regno Unito, gli altri Paesi hanno registrato andamenti scostanti di anno in anno.

Figura 64 Incidenza della spesa in R&S della filiera automotive sulla spesa R&S totale (2013)

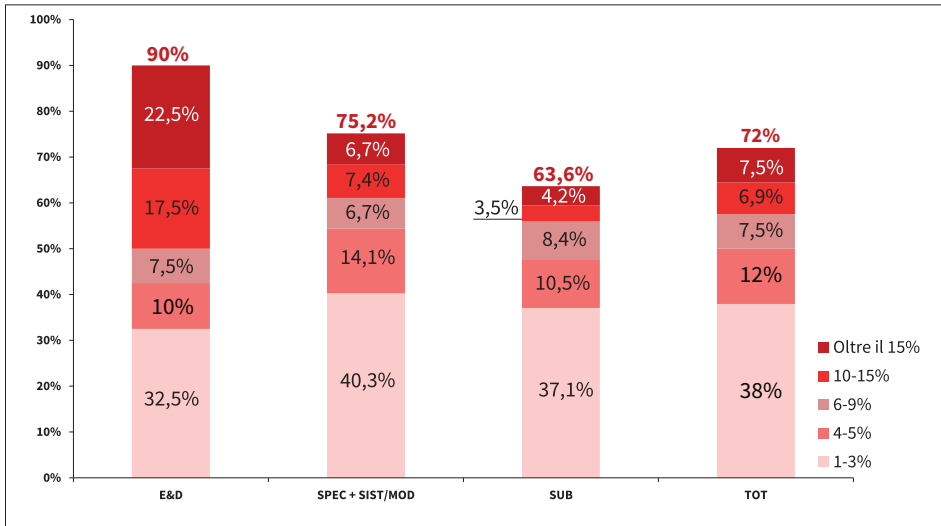
Elaborazione su dati Eurostat

²² Si considera il comparto degli 'autoveicoli, componentistica e carrozzeria' sulla base della classificazione NACE REV 2.

La spesa che **le imprese del settore della filiera automotive italiana hanno destinato ad attività di ricerca e sviluppo rappresenta il 12,7% della spesa in R&S effettuata dal sistema imprenditoriale nel suo complesso (11,5mld di €, fonte Eurostat)**. In questo quadro, l'Italia si colloca al di sopra di Paesi come Spagna, Francia e Regno Unito, dove l'incidenza degli investimenti in ricerca e sviluppo realizzata dal comparto auto risulta inferiore, mentre è decisamente più importante in Germania, dove la spesa in R&S effettuata nel settore autoveicolare rappresenta quasi un terzo di quella complessiva.

Anche quanto si evidenzia fra le imprese della componentistica italiana indagate nell'ambito dell'Osservatorio, conferma la centralità dell'innovazione per il comparto: **il 72% dei rispondenti dichiara che una parte del fatturato viene investito in Ricerca e Sviluppo** (nel 2014, era il 68%) e, di questi, quasi il 15%, in crescita di 5 punti percentuali rispetto alla precedente rilevazione, afferma di destinarne almeno il 10% all'innovazione.

Figura 65 Percentuale di fatturato investito in R&S (2015)



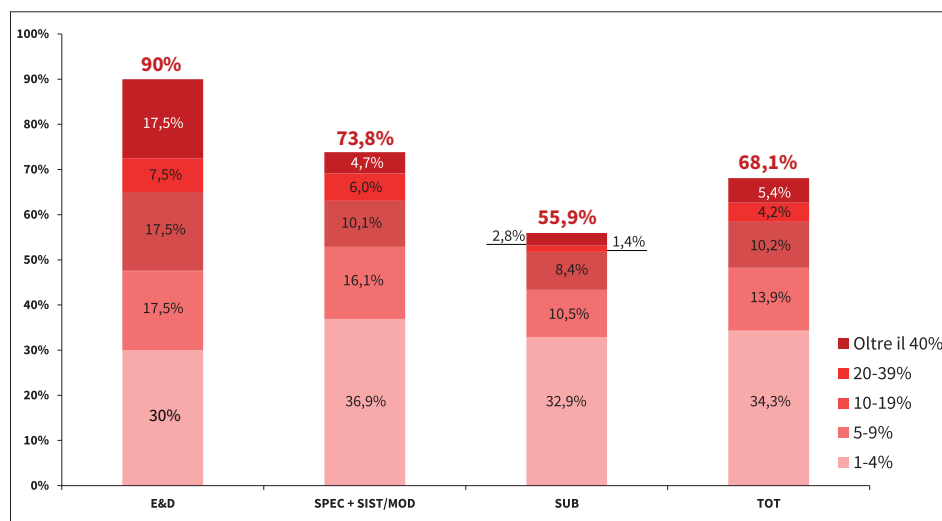
Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Coerentemente con la propria vocazione imprenditoriale, le imprese di E&D che investono in R&S sono il 90%, in crescita rispetto all'anno passato, e il 40% spende il 10% e oltre del fatturato. Il peso percentuale degli specialisti e di sistemisti e modulist (Tier I e Tier II) che investono in innovazione è pari al 74%. Tuttavia i fornitori di moduli e sistemi, quando

investono, lo fanno in maniera più consistente, utilizzando una quota maggiore di fatturato per lo sviluppo di attività innovative.

La centralità dell'innovazione nel settore è confermata anche dal fatto che **tre imprese su quattro, fra chi ha dichiarato di investire parte del fatturato in R&S, hanno una quota di fatturato automotive superiore al 50%**.

Figura 66 Imprese che investono in innovazione: percentuale di addetti impiegati in R&S (2015)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Le imprese che dichiarano di avere al loro interno addetti impiegati in attività di ricerca e sviluppo sono il 68% e la loro distribuzione riflette quella già descritta per gli investimenti in termini di fatturato. Si conferma dunque l'assunto che le risorse umane siano una parte centrale del capitale necessario per innescare processi innovativi, e questo emerge con evidenza in due fasi diverse ma complementari: a monte, quella della progettazione e prototipazione, che fa capo prevalentemente a chi si occupa di E&D; a valle del processo produttivo, quella degli integratori di sistemi e moduli e degli specialisti, che hanno un elevato livello di competenza nella produzione e nell'applicazione di nuove tecnologie. Infatti, quasi la totalità degli E&D (il 90%) e il 74% di SIST/MOD e specialisti hanno personale dedicato allo sviluppo di processi e prodotti nuovi; in quest'ultimo insieme, oltre la metà degli operatori dedicano all'innovazione almeno il 10% dei propri addetti.

10.10.1 Quanto e come innovano²³ le imprese della componentistica autoveicolare?

Nel corso dell'ultimo triennio (2013-2015), oltre il 57% dei rispondenti ha dichiarato di aver effettuato innovazioni di prodotto, nell'85% dei casi con l'introduzione di prodotti nuovi o significativamente migliorati per il mercato di riferimento dell'impresa; in percentuale residuale, con prodotti nuovi solo per l'impresa, perché già introdotti precedentemente nel mercato da imprese concorrenti.

Questa percentuale sale al **72% se si considerano le imprese che hanno introdotto innovazioni di processo**, attinenti in primo luogo al processo di produzione (il 61%), e solo a seguire a processi di gestione²⁴ (il 43% delle imprese) o alla logistica (il 18%). Peraltro, **il 46% degli intervistati riconosce che tra le innovazioni introdotte nell'ultimo triennio, vi sia stato almeno un processo nuovo per il proprio mercato di riferimento**, che pertanto è andato a qualificare e innovare in maniera sostanziale una parte del processo produttivo.

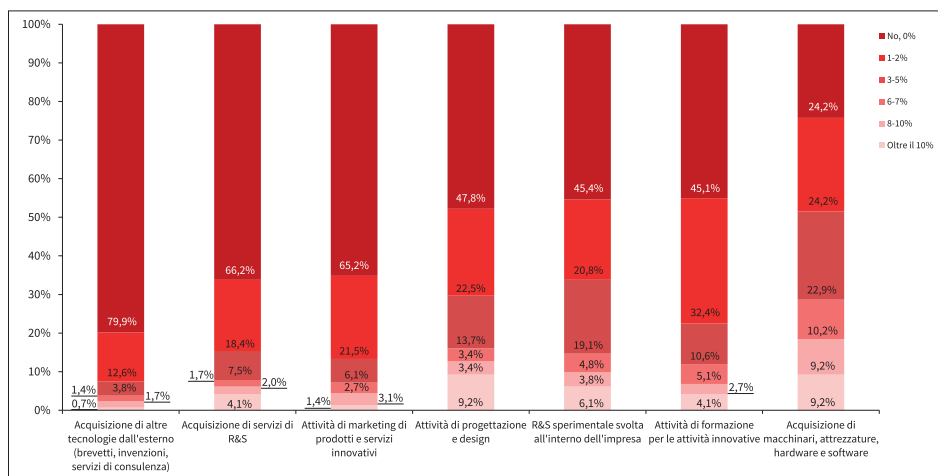
Le attività destinate ad innovare e sulle quali convergono i maggiori investimenti delle imprese, sono principalmente di due tipi: le prime dirette all'acquisizione di risorse strumentali, le seconde volte più direttamente alla progettazione e allo sviluppo di soluzioni innovative.

23 Per 'innovazione di prodotto' qui si intende l'introduzione sul mercato di un prodotto nuovo o significativamente migliorato in termini di caratteristiche tecniche e funzionali, uso di materiali e componenti, prestazioni, facilità d'uso, ecc.

Per 'innovazione di processo' si intende l'adozione di un processo (processo di produzione, sistema logistico, metodo di distribuzione di prodotti o altre attività di supporto alla produzione) nuovo o significativamente migliorato. Prodotti e processi non devono necessariamente consistere in prodotti o processi nuovi per il mercato in cui opera l'impresa; è infatti sufficiente che risultino nuovi per l'impresa che li introduce. Possono essere sviluppati dall'impresa stessa o da altre imprese o istituzioni.

24 Attività di supporto ai processi di produzione concernenti la gestione degli acquisti, le attività di manutenzione, la gestione dei sistemi informatici e amministrativi, le attività contabili.

Figura 67 Attività volte all'innovazione svolte dalle imprese (2013-2015, valori % di investimento sul fatturato complessivo)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Nel primo insieme, si può annoverare **l'acquisizione di macchinari e attrezzature** (inclusi hardware e software), sulla quale ricade la spesa più consistente per oltre il 75% delle imprese rispondenti, seguita da **attività di formazione o di marketing**. È qui interessante osservare che, laddove le azioni volte ad implementare l'innovazione facciano capo al gruppo cui appartiene l'impresa anziché alla singola unità produttiva, a crescere sono proprio gli investimenti in formazione sul tema (il 64% anziché il 55%) e in marketing di prodotti e servizi innovativi (il 39% anziché il 35%), mentre il resto delle attività non subisce variazioni.

Nel secondo insieme troviamo **le spese destinate ricerca e sviluppo sperimentale realizzate internamente** (il 55% delle imprese), nonché le attività di **progettazione e design** (oltre il 52%).

Sono **minori gli investimenti finalizzati all'acquisizione di servizi di ricerca e sviluppo, attività che, come si vedrà anche in seguito, le imprese generalmente non esternalizzano**, così come quelli destinati a consulenze esterne o altre tecnologie, ivi inclusi brevetti e invenzioni (il 20%).

Va rilevato, dunque, che **l'attività brevettuale è ancora decisamente circoscritta** poiché è limitata anche la percentuale delle imprese che dichiara di aver depositato brevetti nel corso dell'ultimo triennio (sempre pari al 20%), con importanti differenze sulla base della specializzazione: **brevetta meno del 10% dei subfornitori, sino ad arrivare al 27% dei fornitori di moduli e sistemi**. Questo dato riflette una dinamica che si riscontra nell'automotive italiano nel suo complesso, in un mercato mondiale nel quale il 70% delle domande di brevetto connesse all'automotive provengono da Stati Uniti, Germania e Giappone.

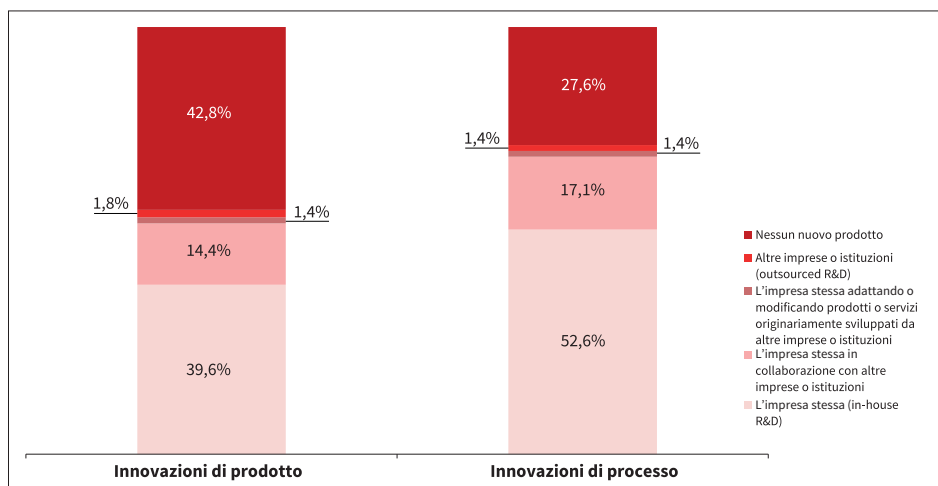
A questa sorta di ‘oligopolio’ geografico, si possono affiancare altre motivazioni: in primo luogo, l’innovazione è facilitata dalla prossimità territoriale e lavorativa al *car maker* e pertanto coinvolge più facilmente fornitori di primo livello – come sono sistemisti e modulist – piuttosto che la subfornitura, che in Italia rappresenta una parte consistente del settore ma che spesso lavora su parti standard.

In secondo luogo, l’attività brevettuale richiede investimenti economici e strutturali importanti, per supportare una politica brevettuale di lungo periodo, investimenti che le PMI italiane fanno ancora fatica a portare avanti. Infine, si consideri che una buona parte di innovazione non è brevettata o non è brevettabile o comunque riguarda alcuni segmenti produttivi ancora in forte sviluppo, *in primis* quello delle tecnologie *green*.

Le imprese sono indotte dal mercato e dalla rapida evoluzione delle innovazioni tecnologiche a modificare celermente, e talvolta in maniera radicale, l’organizzazione delle proprie attività innovative.

Come già evidenziato, **lo sviluppo delle innovazioni, siano esse di prodotto o di processo, di fatto avviene oggi in-house**, grazie all’utilizzo di risorse interne; tuttavia, un’altra quota importante di innovazione può far capo alla **collaborazione instaurata dall’impresa stessa con istituzioni**, ad esempio le università, ma anche e soprattutto con altre imprese, accomunate spesso dall’esigenza di contenere i costi e accelerare il trasferimento di conoscenza e tecnologia per mantenersi concorrenziali sulle principali piattaforme globali di produzione (in media il 15,7% delle preferenze).

Figura 68 Soggetti che hanno sviluppato le innovazioni introdotte dall’impresa (2013-2015, valori %)

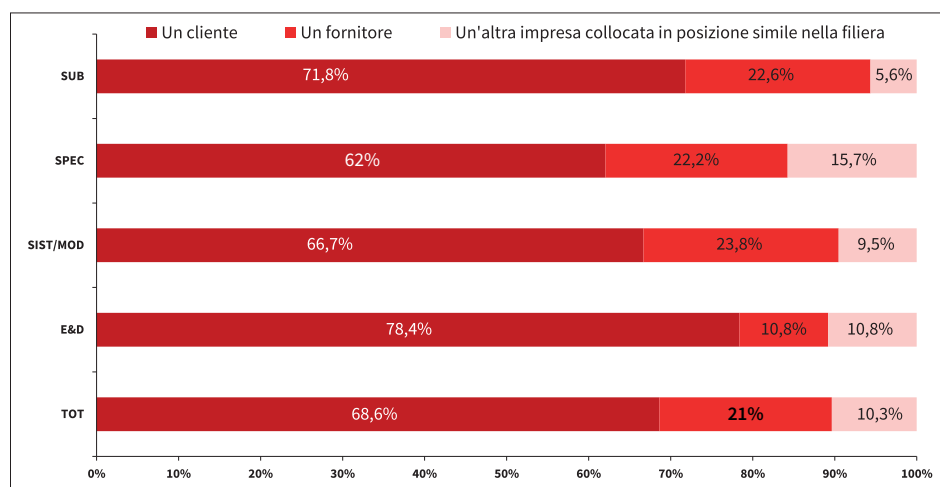


Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Risulta intorno all'1-2%, invece, la percentuale di imprese che scelgono di esternalizzare e acquistare sul mercato lo sviluppo di nuovi prodotti e processi. Mantenere anche la R&S entro i confini dell'impresa, se può apparire sconveniente in un'ottica di taglio dei costi e di flessibilità strategica, è una scelta che porta con sé un forte investimento nelle risorse interne, e incorpora la consapevolezza che effettuare innovazione all'interno dell'impresa - o facendo network con istituzioni o altre imprese - favorisce la stratificazione e la capitalizzazione di competenze e conoscenze nell'ambito dell'innovazione tecnologica.

Nel paragrafo dedicato ai mercati di destinazione, era già emerso come l'innovazione ancora non venga considerata una componente determinante nel distinguere e qualificare la propria impresa rispetto alla concorrenza. In questo senso, il fattore innovazione sconta ancora la presenza di alcuni **ostacoli di natura economica, relazionale e informativa che limitano la propensione della componentistica italiana ad incrementare l'innovazione tecnologica**. Il primo ostacolo che le imprese rilevano è che la domanda del mercato per prodotti e servizi innovativi viene ritenuta ancora instabile (il 50% delle imprese). Ma anche il fattore economico risulta determinante: da un lato i **costi di innovazione** vengono ritenuti ancora elevati (il 45%); parallelamente, emerge una **mancanza di risorse finanziarie** da destinare all'innovazione, siano esse interne al gruppo o all'impresa, siano fonti di finanziamento esterne. Anche la **mancanza di personale qualificato** resta una criticità, così come la **carenza informativa**: innovare è un investimento che le imprese fanno se edotte sugli sbocchi di mercato e sulle tecnologie.

Figura 69 Principali fattori di ostacolo all'innovazione (2013-2015, valori %)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Oltre alla mancanza di risorse economiche, la principale criticità per gli E&D, al pari dei subfornitori, è **l'instabilità della domanda di mercato**, percezione che può anche riflettere la maggiore distanza di queste specializzazioni dagli anelli finali della catena del valore. Diverso è per gli integratori di moduli e sistemi e per gli specialisti, invece, per i quali il vincolo maggiore è legato a costi di innovazione ancora troppo elevati: si tratta di imprese che, anche per la posizione che rivestono nella piramide della fornitura, devono emergere grazie alla differenziazione del prodotto anche in termini di sviluppo tecnologico, ma che, a fronte di costosi investimenti in R&S, si trovano al contempo a fare i conti con un'elevata concorrenza e con l'erosione dei propri margini.

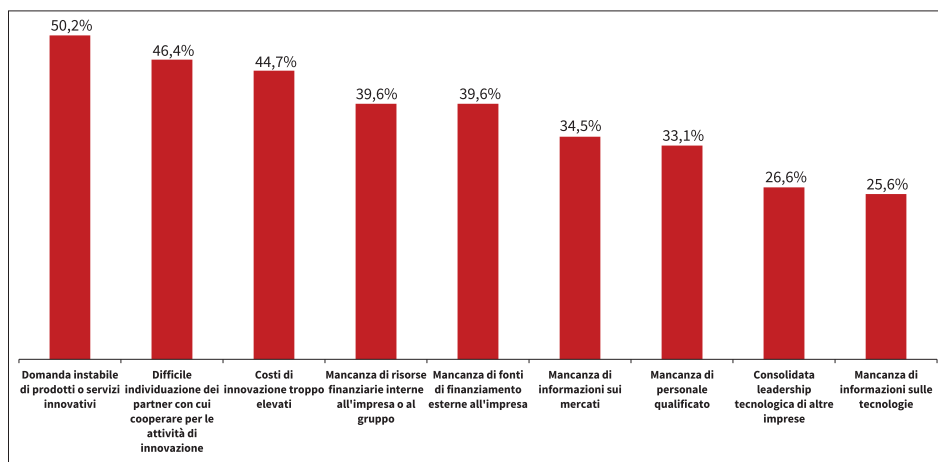
A tal proposito, diventa **centrale la costruzione di partnership strategiche**, finalizzate a favorire il trasferimento di conoscenza, ma anche a consolidare la capacità organizzativa e finanziaria per poter sostenere investimenti in R&S.

Se nel presente paragrafo il tema delle collaborazioni è stato affrontato in relazione allo sviluppo di processi e prodotti innovativi, in quello successivo si intende analizzare tutti i tipi *partnership* instaurate con clienti, fornitori od altre imprese.

10.11 Relazioni interorganizzative

L'analisi delle relazioni interorganizzative è finalizzata a comprendere la natura e la finalità delle collaborazioni che le imprese della componentistica instaurano con altri soggetti che gravitano a diverso titolo nell'universo della filiera autoveicolare.

In un sistema complesso come è quello della filiera automotive questa analisi non è facile, dato il contestuale posizionamento delle imprese su più livelli della piramide gerarchica della fornitura. Tuttavia, risulta particolarmente importante perché consente di rilevare le dinamiche relazionali all'interno di un sistema produttivo che, grazie all'ampliamento dei propri network e delle relazioni, è in grado di rispondere alle esigenze produttive di una piattaforma globale, investendo al contempo sulla componente innovativa dei prodotti e dei processi.

Figura 70 Soggetto con il quale è stata instaurata la collaborazione più significativa (2013-2015)

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Come già emerso in precedenti indagini sul tema, **le relazioni fra imprese sono prevalentemente verticali**, poiché legano soggetti che si collocano a monte (fornitori) o a valle (clienti) della filiera, mentre le collaborazioni con imprese collocate in posizioni simili sono meno frequenti. Per la natura dell'attività svolta, che si inquadra nell'ideazione e nello sviluppo progettuale del prodotto, **le imprese di E&D operano in oltre il 78% dei casi con la clientela, mentre per sistemisti e modulisti - che si collocano ad un livello più alto della filiera - è più elevato anche il numero di collaborazioni instaurate con i fornitori.**

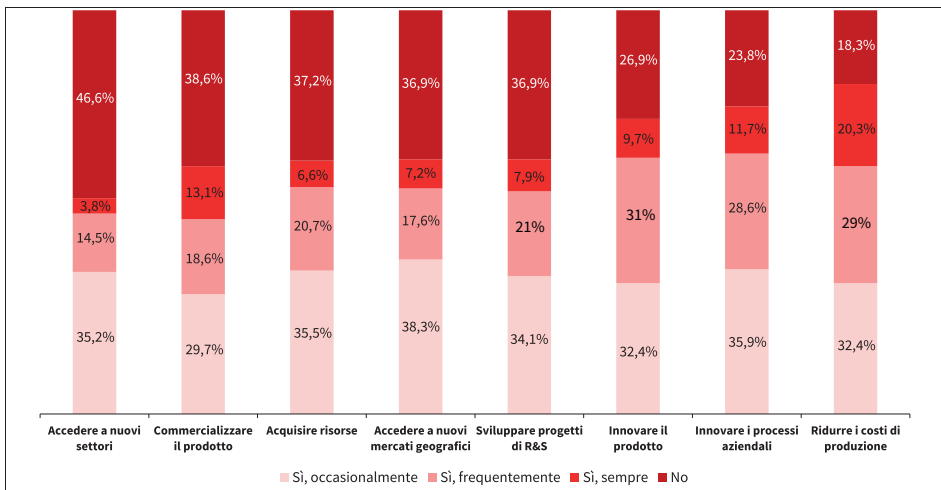
Fra i modelli relazionali orizzontali adottati, tuttavia, è interessante citare **il contratto di rete**: la costituzione di una rete formalizza un modello di collaborazione fra più imprese che consente, nel rispetto di indipendenza, autonomia e specialità imprenditoriale, la condivisione di impegni, investimenti e conoscenza, soprattutto a favore della realizzazione di obiettivi strategici di innovazione e innalzamento della competitività; **fra il 2013 e il 2015, l'11% delle rispondenti (31 imprese) ha dichiarato di aver adottato questo strumento.**²⁵

La **finalità** principale delle collaborazioni intraprese e dei rapporti che in generale le imprese mantengono resta quella di **contenere i costi di produzione**: il 50% dei rispondenti afferma di avere avviato a tal fine, nel

²⁵ In Italia, al primo semestre 2016, risultano 3.056 contratti di rete stipulati, per 15.443 imprese coinvolte.

corso dell'ultimo triennio, regolari o frequenti relazioni con altre imprese o organizzazioni. Subito alle spalle dell'esigenza di ridurre i costi, vi è però **l'obiettivo di innovare**, declinato nelle sue tre principali componenti: **l'innovazione di processo, l'innovazione di prodotto** – per oltre il 40% delle imprese alla base delle relazioni intrattenute con regolarità – e lo sviluppo di **progetti di R&S**. È invece meno frequente che vengano instaurate collaborazioni con l'obiettivo di attuare strategie commerciali, volte ad accedere a nuovi mercati geografici, o ad ampliare il proprio business a nuovi settori di attività; più frequente (lo fa spesso oltre il 32% delle imprese) che si instaurino rapporti con altri soggetti per commercializzare il prodotto, potenziando gli strumenti di marketing e i canali di vendita e distribuzione.

Figura 71 Finalità e frequenza delle relazioni sviluppate dalle imprese (2013-2015)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Quali caratteristiche hanno assunto le relazioni sviluppate nel corso dell'ultimo triennio? Si tratta prevalentemente di **collaborazioni basate su rapporti formali**, mediante contratti di breve o lungo periodo, fondate sulla **condivisione di conoscenze operative, informazioni e specifiche tecniche comuni, disciplinate grazie alla stesura di regole e procedure necessarie al coordinamento dei rapporti aziendali**. In questo quadro, le relazioni instaurate si fondano su un **clima di fiducia**, dovuto alla soddisfazione delle imprese per il partner col quale è stata instaurata la collaborazione, che si ritiene affidabile e corretto. D'altro canto, tali rapporti non hanno richiesto una diminuzione dell'autonomia aziendale, né da un punto di vista organizzativo, né sotto il profilo economico, consentendo alle imprese di sopravvivere a condizioni ambientali incerte anche grazie all'interdipendenza e alla fiducia nei confronti dei partner.

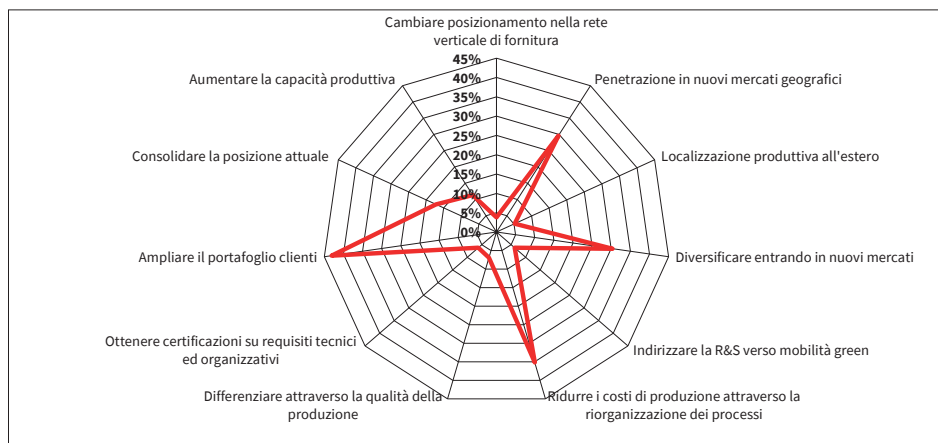
10.12 Trend e prospettive

Il recupero del mercato dell'auto in Europa, il miglioramento complessivo del quadro congiunturale e la ripresa dei consumi hanno influenzato positivamente le attese degli operatori della componentistica italiana. I dati sulla produzione industriale del resto avvalorano la ripresa dell'industria automotive: la produzione industriale italiana del settore ha registrato un incremento tendenziale²⁶ a luglio 2016 del 4,5% e del 6,3% nei primi sette mesi dell'anno.

Le previsioni per il 2016 sono improntate all'ottimismo per l'80% delle imprese della componentistica, seppur prevalga la cauta fiducia (il 72% delle risposte), a fronte di una quota del 20% di imprenditori che prevedono un peggioramento della situazione congiunturale.

Il saldo tra ottimisti e pessimisti è risultato pertanto particolarmente positivo, pari al +60%. Le previsioni più rosee sono diffuse tra i fornitori di moduli e sistemi e gli specialisti; maggiore prudenza è presente invece tra le attività di E&D e tra i subfornitori. Le attese negative pervadono in misura superiore gli umori degli operatori che meno si sono attrezzati ad affrontare la concorrenza all'estero e restano confinati sui mercati interni e locali (il 32% di chi ha dichiarato di non esportare).

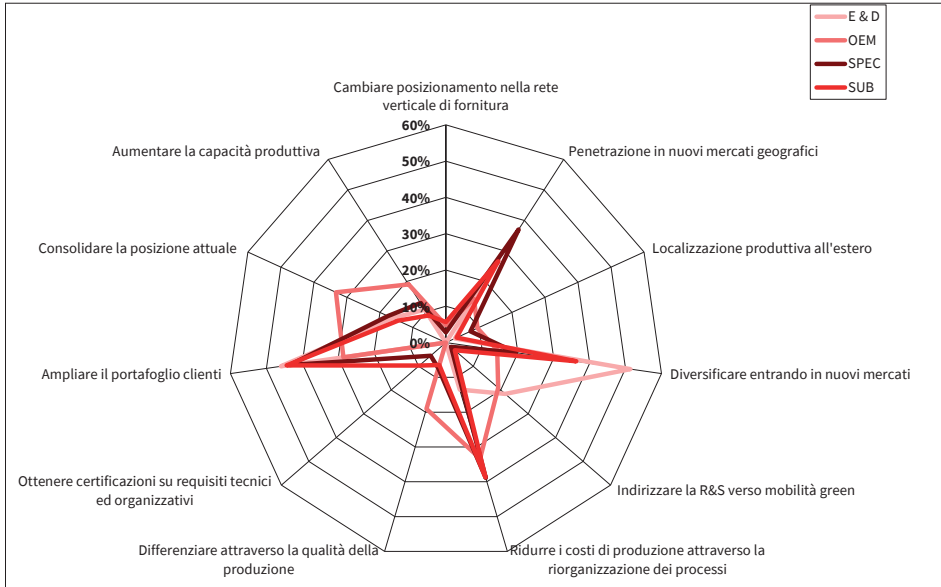
Figura 72 Strategie di breve periodo delle imprese



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

²⁶ Variazioni su indice destagionalizzato della produzione industriale, dati da fonte ISTAT, accessibili online: <http://dati.istat.it/>.

Figura 73 Strategie di breve periodo delle imprese per categorie



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Al fine di cogliere delle indicazioni sulle strategie che verranno messe in campo dalle imprese nel breve periodo, agli operatori è stato chiesto di indicare su quali iniziative principali verranno indirizzati gli **investimenti nei prossimi 3-5 anni**. Le strategie prevalenti hanno come fattore comune la **diversificazione**, attuata con la penetrazione su **nuovi mercati, ampliando il portafoglio clienti** (il 43% delle imprese), o con **l'ingresso in nuovi mercati geografici e in nuovi settori** (entrambi 30%).

In un contesto in cui la competizione è intensa e si è spostata sempre di più sul prezzo, prioritaria viene considerata dalle imprese la **riduzione dei costi di produzione** attraverso la riorganizzazione dei processi (il 35% delle imprese). **Strategie di consolidamento** investono il 17% delle imprese, mentre **all'aumento della capacità produttiva** sono interessati l'11% degli operatori. Ancora residuali, tra quelle individuate come prioritarie le azioni dirette a indirizzare l'attività di ricerca e sviluppo verso la mobilità *green* (il 6%), che tuttavia riscuote successo tra le strategie attuate dagli E&D (il 22%) e dagli integratori di moduli e sistemi (il 19%).

Tra modulist e sistemisti prevalgono logiche di consolidamento della posizione attuale (il 33%) e, nell'ottica di attuare economie di scala, politiche di riduzione dei costi di produzione (entrambe il 33%); quest'ultima è esigenza è fortemente sentita anche dal gruppo degli specialisti e da quello dei subfornitori (39% per entrambi i *cluster*).

Al contempo i fornitori di moduli e sistemi sono la categoria di fornitori maggiormente orientata ad aumentare la capacità produttiva, nonché a differenziare attraverso la qualità nella produzione (il 19% entrambe), sospinta in questa direzione da una concorrenza sempre più agguerrita e dalla necessità di proporre sul mercato prodotti sofisticati e con elevato contenuto innovativo.

Tra gli specialisti e i subfornitori si impongono invece strategie commerciali, con una intensa vivacità nella ricerca di nuovi clienti (il 44% delle imprese), così come per gli operatori dell'E&D (il 46%). Le imprese 'specialiste' sono anche quelle maggiormente orientate a politiche di penetrazione su nuovi mercati geografici (il 37%). La diversificazione del mercato di riferimento interessa prevalentemente subfornitori e attività di E&D (rispettivamente il 36% e il 51% delle imprese della rispettiva categoria).

Marginale appare la strategia di modificare la geografia dei siti produttivi, con la localizzazione all'estero: riscuote successo unicamente tra sistemisti e modulistri (il 10%).

10.13 Conclusioni

I risultati dell'indagine restituiscono la fotografia di una componentistica italiana che ha **superato la crisi e ha mostrato segnali di espansione**, riuscendo a mantenere su livelli elevati la propria capacità produttiva. È una filiera che si è attrezzata nel tempo per affrontare **le sfide della competitività e dell'internazionalizzazione**, grazie a una maggiore apertura ai mercati e a una crescente **propensione all'innovazione di processo e di prodotto**.

In generale, è diffusa la volontà delle imprese della componentistica di andare nella direzione di una **maggiore diversificazione**, da un canto con l'apertura a **nuovi mercati geografici**, dall'altro verso **differenti settori di destinazione** ed anche, all'interno dello stesso comparto automotive, verso più categorie e segmenti di veicoli. Accanto al predominio del *mass market*, cui è destinata ancora la porzione più ampia della produzione, aumenta la quota di componentistica destinata ad autoveicoli di alta gamma, accogliendo gli input di un mercato ormai molto esigente, attento al design e alla componente tecnologica del prodotto.

Nonostante questa tendenza a diversificare, **torna ad essere rilevante il rapporto con FCA**, grazie alle buone *performance* della testa di filiera e al complessiva rilancio del mercato dell'auto: ne è conferma anche la ripresa della quota di produzione per il primo equipaggiamento, che va a discapito del mercato dell'*aftermarket*, nel quale si rileva una progressiva despecializzazione.

Emergono, comunque, alcune necessità che le imprese della componentistica manifestano per ampliare ancora le proprie opportunità per

distinguersi e rimanere competitivi sul mercato: la principale esigenza, come è stato evidenziato diffusamente nelle diverse sezioni del rapporto, è quella di intercettare nuova clientela, con l'obiettivo di ampliare il portafoglio clienti e di conoscere nuovi *partner* commerciali, soprattutto sui mercati esteri; ma anche per la costruzione di *partnership* strategiche allo sviluppo della componente innovativa.

La seconda necessità è quella di reperire risorse finanziarie, soprattutto per sostenere e implementare le azioni volte all'internazionalizzazione e all'innovazione dell'impresa.

I **fornitori di sistemi e moduli** rappresentano il primo anello della filiera che ha potuto beneficiare dell'andamento positivo delle vendite e della produzione dei costruttori: si tratta spesso di *player* internazionali, che fanno capo a multinazionali, per lo più imprese di media e grande dimensione, in grado di destinare una quota consistente di fatturato all'innovazione. Il loro posizionamento nella catena di fornitura, che indirettamente riflette l'andamento sul mercato dei costruttori, ne fa una presenza sul mercato più stabile, la cui tendenza è quella di consolidare posizioni già acquisite, anche sul fronte dell'internazionalizzazione e del fatturato prodotto sui mercati esteri.

Il *cluster* degli **specialisti** (*Tier I* e *Tier II*) è quello che ha dato segnale di godere di più della ripresa, poiché nei fatti ha registrato un migliore andamento del fatturato e perché anche per il futuro si esprime con previsioni più rosee.

Si tratta anche del segmento produttivo più dinamico, che si mostra fortemente *export-oriented*, grazie alle buone *performance* sui mercati esteri, e che può godere di una bilanciata diversificazione settoriale, che rende questo spicchio produttivo più affrancato da FCA e in generale meno dipendente dai grandi costruttori.

Sul fronte opposto, si colloca la **subfornitura**, che sconta ancora una maggiore dipendenza da FCA, e che nel complesso mostra una minore vivacità del tessuto imprenditoriale: l'orientamento all'innovazione è fisiologicamente più limitato, così come quello all'internazionalizzazione, considerato anche il fatto che i subfornitori sono ancora legati al mercato locale e che buona parte della concorrenza è localizzata entro i confini italiani. Tra di essi sono ancora poco frequenti le occasioni per creare *network* e *partnership* con altre imprese, mentre resta ancora forte la necessità di lavorare sulla riduzione dei costi di produzione e su strategie di diversificazione commerciale.

Le imprese di E&D, infine, rappresentano la componente imprenditoriale più dinamica, che ha mostrato una spiccata vocazione all'internazionalizzazione e all'innovazione: fra gli E&D, la differenza fra quanti hanno registrato un aumento del fatturato estero e quanti invece ne hanno rilevato una diminuzione è ampiamente positiva e chi esporta lo fa in misura molto rilevante con una buona penetrazione o una spiccata tendenza

ad entrare su mercati emergenti, specie quelli orientali. Altro elemento distintivo è la propensione ad investire importanti risorse economiche e umane in innovazione: è l'insieme delle imprese con la maggiore presenza di laureati e che, anche per il futuro, intravedono grandi opportunità nel continuare ad investire in ambiti innovativi, come ad esempio la mobilità *green*. Infine, emerge un interessante orientamento ad una fascia alta del mercato, in particolare al settore *premium, sport e luxury* per il quale il design è un elemento distintivo strategico.

Nei capitoli che seguiranno, sarà possibile esplorare più da vicino i risultati dell'indagine condotta, con riferimento ad alcune filiere regionali: quella del Piemonte, che per la spiccata vocazione produttiva manifatturiera e la storica presenza del costruttore nazionale, ha da sempre individuato nella produzione autoveicolare il suo principale *core business*, e l'Emilia Romagna, dove presenza una *motor valley* con epicentro nella provincia di Modena, specializzata nel segmento *premium, sport e luxury*.

La centralità del territorio piemontese in questo ambito economico è rilevabile sia guardando ai numeri e alle consistenze, sia osservando come alcune dinamiche del campione di imprese intervistate riflettano con grande aderenza quanto emerso a livello nazionale.

11 Il Piemonte: una filiera in continua crescita ed evoluzione, anche nel 2015

Silvia Depaoli e Pierfrancesca Giardina
(Camera di commercio di Torino, Italia)

Sommario 11.1 Il Piemonte: caratteristiche delle imprese rispondenti. – 11.1.1 Le categorie di fornitori nella filiera automotive piemontese. – 11.1.2 Fatturato automotive e addetti del settore. – 11.2 Destinazione del fatturato piemontese: si rafforzano i rapporti con il gruppo FCA. – 11.3 L'internazionalizzazione delle imprese piemontesi: aumenta l'apertura verso i mercati esteri. – 11.4 Ricerca e innovazione nelle imprese piemontesi della componentistica. – 11.5 Andamento del fatturato e previsioni.

Il Piemonte, nell'ambito delle attività di studio svolte dall'Osservatorio, è sempre stato oggetto di approfondimento giacché, ancora oggi, la produzione di componenti autoveicolari rappresenta il suo *core business*.

La presenza nel territorio subalpino dell'importante gruppo italo-americano FCA ha permesso, nel corso dei decenni, lo sviluppo di una rete capillare di imprese dell'indotto auto specializzate nelle diverse attività che caratterizzano tutte le fasi del ciclo produttivo di un autoveicolo: dalla progettazione alla realizzazione del prodotto finito.¹

In Piemonte hanno sede complessivamente 712 imprese, più del 36% dei fornitori della componentistica italiana, con un'occupazione complessiva di oltre 77mila addetti (il 40% della forza lavoro nazionale); tale filiera ha generato un fatturato pari a 19,9mld di €, in crescita del 6,5% rispetto al 2014.²

Il volume d'affari direttamente riconducibile alla sola industria automobilistica raggiunge i 15,2mld di € e rappresenta il 39% del fatturato *automotive* generato a livello nazionale, dato che sancisce il ruolo determinante del Piemonte nella filiera dell'industria automobilistica italiana.

1 In considerazione dell'importanza della presenza della filiera autoveicolare in Piemonte, tra i progetti promozionali sviluppati nel territorio si ricorda *From Concept To Car - The Torino-Piemonte complete automotive district*, il Progetto Integrato di Filiera (PIF), realizzato dal Ceipiemonte, che promuove all'estero la filiera di imprese piemontesi del comparto primo impianto (stile, progettazione, prototipazione, componenti, sistemi e servizi correlati) e *after-market*, attraverso una selezione di imprese eccellenti.

2 La stima del fatturato e degli addetti delle imprese piemontesi della componentistica è stata realizzata con la medesima metodologia adottata per l'universo nazionale, illustrata al cap. 10, par. 10.5.

Tabella 21 Fatturato e addetti complessivi. Dati Piemonte

	2015			2014		var. % 2015/14 Fatt. compl.	2015		2014		var. % 2015/14 addetti compl.
	Imprese	Fatt. (mln €)	di cui solo auto	Fatt. (mln €)	di cui solo auto		addetti tot.	di cui solo auto	addetti tot.	di cui solo auto	
Subfornitori	351	2.499	1.442	2.477	1.429	0,9%	13.369	7.366	13.069	7.201	2,3%
Specialisti	242	10.568	7.630	9.758	7.045	8,3%	39.716	24.942	37.481	23.538	6,0%
Engineering &Design	86	749	652	705	614	6,2%	4.905	4.287	4.799	4.195	2,2%
Sistemisti/ modulisti	33	6.090	5.487	5.756	5.187	5,8%	19.455	18.832	19.115	18.503	1,8%
TOTALE	712	19.906	15.211	18.696	14.275	6,5%	77.445	55.428	74.464	53.437	4,0%

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

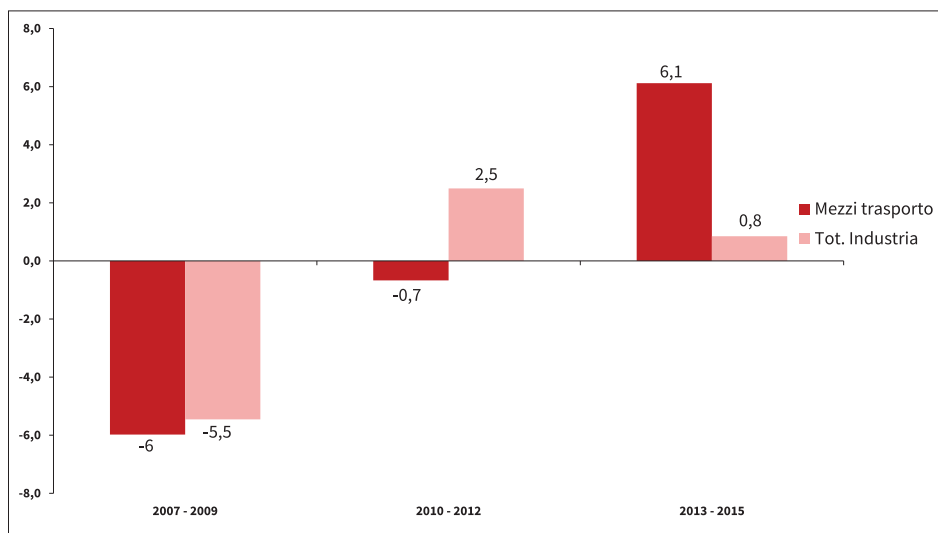
L'importanza strategica dell'automotive del territorio piemontese si riscontra anche nell'analisi dei dati congiunturali:³ negli anni della grande recessione, la pesante crisi che ha colpito l'industria della produzione autoveicolare (nel triennio 2007-2009 la produzione dei mezzi di trasporto, compresa la componentistica, è scesa in media all'anno del 6%) ha avuto rilevanti ripercussioni sulle *performance* complessive dell'industria manifatturiera piemontese.

Con il rilancio della produzione nazionale di autoveicoli a partire dal 2014, è ripresa anche la produzione regionale del settore, che fra il 2013 e il 2015 è cresciuta annualmente in media del 6,1%, sostenuta anche dall'ottimo andamento delle vendite estere di autoveicoli.

I primi sei mesi del 2016 confermano l'andamento positivo del settore dei mezzi di trasporto, evidenziando una crescita produttiva dell'1,9%: in particolare, la produzione di componenti autoveicolari è aumentata in maniera marcata (+6,2%), grazie all'incremento della domanda, mentre la produzione di autoveicoli, pur in espansione, ha rallentato la sua ascesa (variazione media del +1,5%), per la necessità di smaltire scorte di magazzino.

³ Indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera condotta da Unioncamere Piemonte e Camera di commercio di Torino.

Figura 74 Andamento della produzione industriale nell'area torinese (2007-2015, variazioni % medie triennali)



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati «Indagine trimestrale sull'industria manifatturiera»

11.1 Il Piemonte: caratteristiche delle imprese rispondenti

Così come si è riscontrato nelle passate edizioni dell'Osservatorio, anche nel 2016 le imprese piemontesi che hanno partecipato all'indagine rappresentano poco meno della metà del campione complessivo: le **177 imprese rispondenti partecipanti** nel 2015 hanno realizzato un fatturato pari a 6,4mld di € (il 53% del totale nazionale) e hanno occupato oltre 27.700 addetti (+5% rispetto al 2014).

Il campione piemontese riflette la struttura dimensionale ed economica rilevata a livello nazionale: a prevalere sono le imprese di piccola e media dimensione (rispettivamente il 45% e il 30% delle rispondenti), ma le grandi imprese (il 14%) superano le micro realtà (il 12%). In maniera analoga, quanto al giro d'affari prodotto, la quota più importante è quella rappresentata dalle imprese che generano un fatturato compreso tra i 2 e i 10mln annui (il 35%).

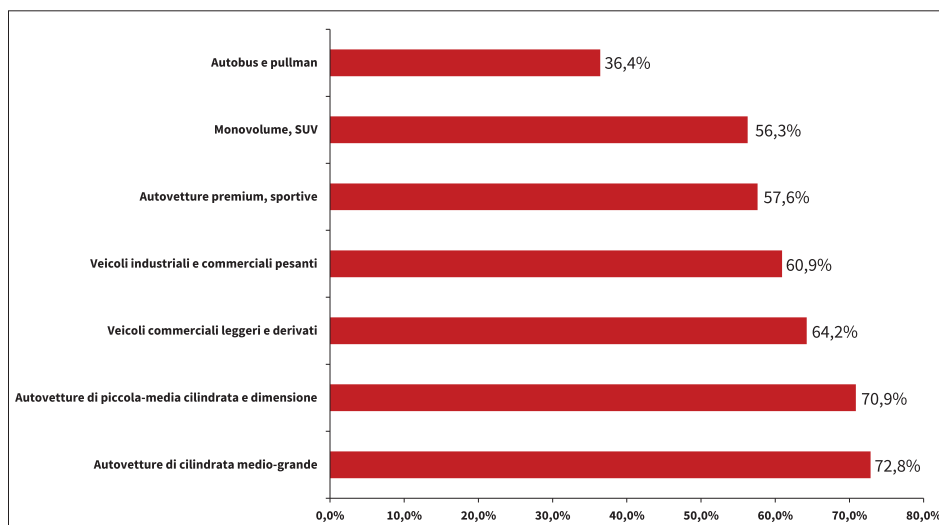
Oggetto del campo di osservazione è stata anche la specializzazione, in termini di destinazione finale delle forniture di beni e servizi realizzati dalla filiera regionale.

L'incremento della produzione italiana di autoveicoli ha rafforzato il mutamento del mix produttivo con una diminuzione della quota di modelli

nella fascia più bassa (A, B e C) a vantaggio dei segmenti a più elevato valore unitario (Monovolume e SUV). Se confrontiamo questo trend con la destinazione finale dei beni e servizi prodotti dalle imprese rispondenti della filiera regionale, emerge che in Piemonte le imprese diversificano maggiormente quanto a segmenti e categorie di veicoli cui si orienta la produzione, rispetto al resto d'Italia.

Le forniture sono destinate prevalentemente alle autovetture di medio-grande cilindrata (il 73% delle rispondenti) e quelle di piccola cilindrata (il 71%), mentre i Monovolume e i SUV rappresentano il 56% della destinazione finale.

Figura 75 Imprese per destinazione finale della produzione. Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Sembrerebbe, quindi, che i fornitori piemontesi abbiano intercettato questo mutamento, visti anche i buoni risultati conseguiti anche dal Gruppo FCA Italy con la produzione dei propri SUV (Fiat 500X e Jeep Renegade); tale trend potrebbe ancora crescere se il mercato risponderà favorevolmente alla produzione del nuovo SUV della Casa Maserati, prodotto nello storico stabilimento di Torino Mirafiori.

Il segmento delle auto premium, *luxury* e sportive è stato indicato dal 58% dei rispondenti: la produzione di auto di lusso nel polo Grugliasco (ex sito Bertone) ha registrato una lieve flessione nel corso del 2015 a causa della parziale saturazione/diminuzione di richiesta del marchio Maserati sui mercati americano e cinese; le proiezioni ufficiali indicano un'aspettativa di ripresa nel 2018 (un *forecast* di 70mila unità, rispetto agli attuali

valori di circa 30mila unità/anno); ciò comporterebbe un deciso ampliamento della quota 'lusso', a scapito dei veicoli di minore valore.⁴

Rivestono un peso importante, le forniture verso i veicoli commerciali leggeri (64%) e quelli commerciali pesanti (il 61%), vista la presenza nel territorio piemontese di IVECO.

11.1.1 Le categorie di fornitori nella filiera automotive piemontese

Così come evidenziato a livello nazionale, anche le imprese rispondenti della componentistica piemontese sono state analizzate prendendo in considerazione la specializzazione produttiva.⁵

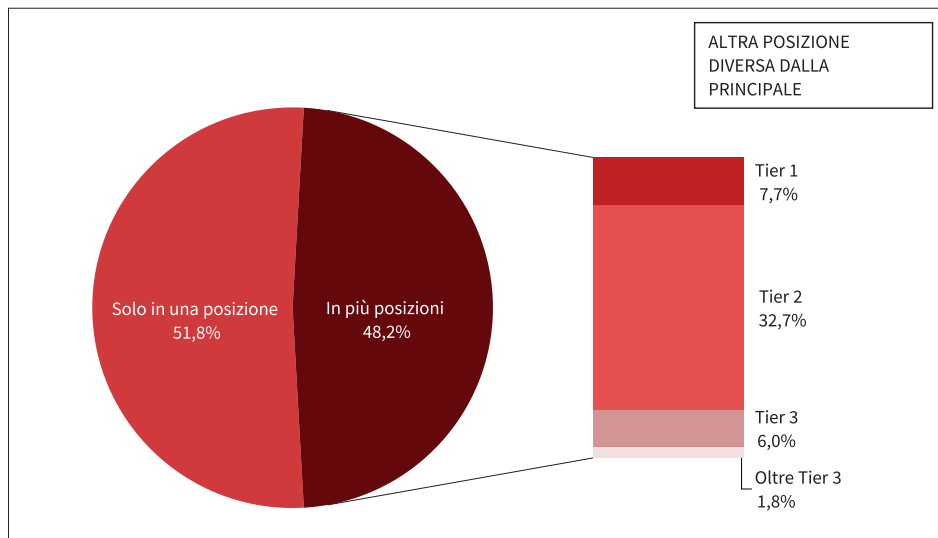
Anche in Piemonte spicca la presenza di subfornitori (il 42% del campione regionale), specializzati nella produzione di prodotti applicabili a diversi settori dell'industria manifatturiera e realizzati secondo specifiche del cliente.

Se l'Emilia Romagna, altra regione dalla solida vocazione verso l'automotive, si conferma come area di eccellenza per lo sviluppo della tecnologia e produzione di autovetture di lusso e dal carattere spiccatamente sportivo, il Piemonte continua a mantenere l'elevata specializzazione nel campo dell'E&D: le imprese piemontesi rappresentano il 16% del campione, contro il 12% rilevati in Italia. Al confronto con il dato nazionale, meno rappresentati sono il segmento degli specialisti (il 33%), mentre sistemisti e modulist, principalmente grandi imprese multinazionali italiane od estere, rappresentano il 9% dei fornitori regionali. La razionalizzazione delle piattaforme sulle quali costruire i propri veicoli effettuata dai principali costruttori mondiali ha comportato una selezione dei fornitori, i quali sono stati costretti gioco forza a rinnovare e/o diversificare le proprie produzioni tali da renderle più compatibili con quelle del modello globale di fornitura.

4 IRES Piemonte, Relazione annuale 2016.

5 Si veda il par. 10.4 «I mestieri della filiera», cap. 10.

Figura 76 Posizioni occupate nella piramide di fornitura. Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Questa riorganizzazione potrebbe aver determinato una redistribuzione dei fornitori in più posizioni-livelli della catena di produzione. Tale fenomeno sembra più marcato in Piemonte, dove le imprese che hanno dichiarato di lavorare in più livelli della catena di fornitura rappresentano il 48% contro il 40% riscontrato a livello italiano.

Nel complesso del campione piemontese, la metà delle imprese ha dichiarato di collocarsi nel primo livello della piramide di fornitura, il 34% si identifica come *Tier II*, e il restante 16% si posiziona nei livelli successivi.

11.1.2 Fatturato automotive e addetti del settore

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una diversificazione della produzione da parte delle imprese della filiera autoveicolare, *trend* che ha permesso alle stesse di ampliare e di conquistare nuove posizioni nei mercati.

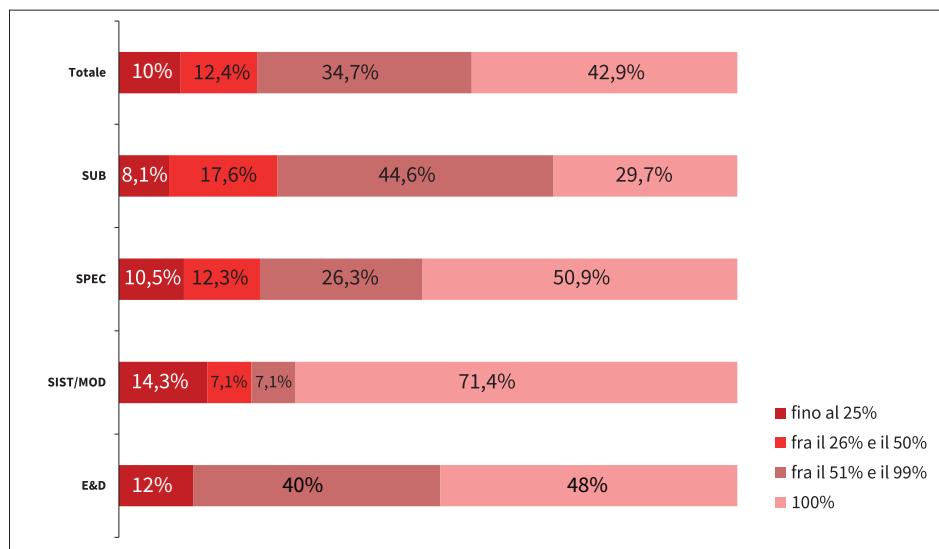
Questo fenomeno ha interessato anche i fornitori di componenti piemontesi rispondenti all'indagine che, pur ricavando dal settore autoveicolare mediamente il 73% del fatturato complessivo, hanno gradualmente ridotto la propria dipendenza da questo comparto: la quota delle imprese regionali che ha generato un fatturato destinato completamente al settore automotive, è gradualmente scesa dal 52% del 2012 al 43% nel 2015.

Analizzando i diversi mestieri che compongono la catena della fornitu-

ra regionale, i subfornitori, che dispongono di una maggiore flessibilità produttiva in base alle richieste dei mercati, appaiono i più indipendenti (nel 2015 solo il 29% dei rispondenti ha realizzato un fatturato rivolto completamente all'auto).

Al contrario, i fornitori di moduli e sistemi e gli specialisti, che si caratterizzano per un'elevata specificità nella filiera autoveicolare, risultano i 'mestieri' meno flessibili: tra i sistemisti/modulisti il 71% ha destinato la totalità della fornitura al mondo dell'automotive, percentuale che scende al 51% tra gli specialisti.

Figura 77 Fatturato automotive per categoria. Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

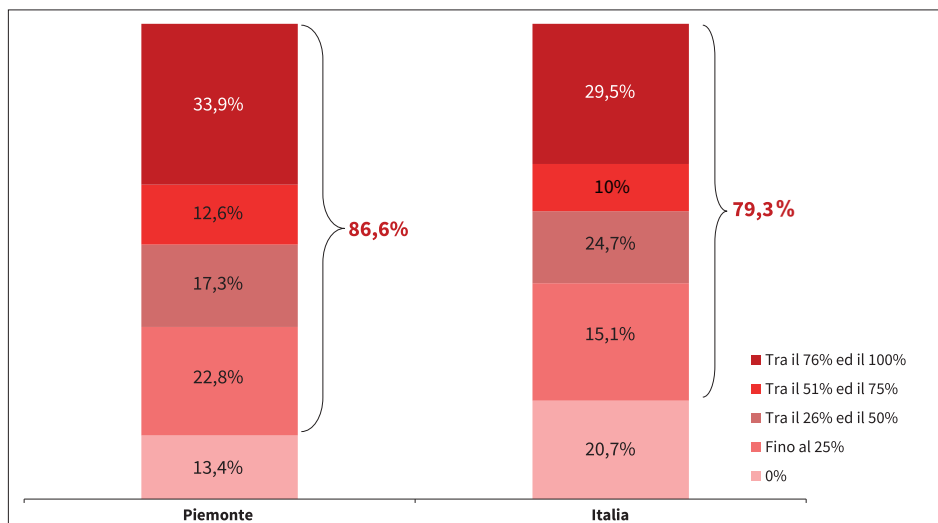
Nel 2015, gli addetti impiegati nel settore automotive del campione piemontese ammontano a 19.317 unità (il 70% del totale degli addetti delle imprese della componentistica regionali). Oltre il 75% degli addetti automotive converge nelle imprese ad alta specializzazione (OEM e SPEC), i subfornitori ne impiegano il 14%, mentre è residuale la percentuale tra gli E&D.

11.2 Destinazione del fatturato piemontese: si rafforzano i rapporti con il gruppo FCA

La presenza sul territorio piemontese del gruppo italo-americano ha impatti rilevanti sui fornitori locali. La riapertura di molti stabilimenti produttivi del gruppo, la ripresa dell'industria automobilistica a livello globale e, di conseguenza, locale, hanno contribuito a riportare la multinazionale torinese nel portafoglio clienti di molti fornitori di componentistica piemontesi.

Se negli ultimi anni si era riscontrata una progressiva diversificazione della clientela dei fornitori locali, dal 2014 si è ricominciato ad assistere ad una inversione di tendenza: analizzando la ripartizione del fatturato delle imprese piemontesi verso FCA emerge, infatti, una maggiore dipendenza verso il gruppo, rispetto a quanto rilevato nel recente passato; inoltre, le relazioni con il costruttore 'di casa' risulterebbero più intense per il *cluster* regionale, in confronto a quanto si rileva nel resto d'Italia. Oltre l'86% delle imprese ha dichiarato che parte del fatturato prodotto nel 2015 proviene da rapporti diretti o indiretti con FCA, valore che a livello italiano si attesta al 79%. Se si esamina nel dettaglio la ripartizione delle classi percentuali, quasi il 34% delle imprese piemontesi fattura oltre il 75% grazie al gruppo italo-americano, contro il 29% delle imprese italiane.

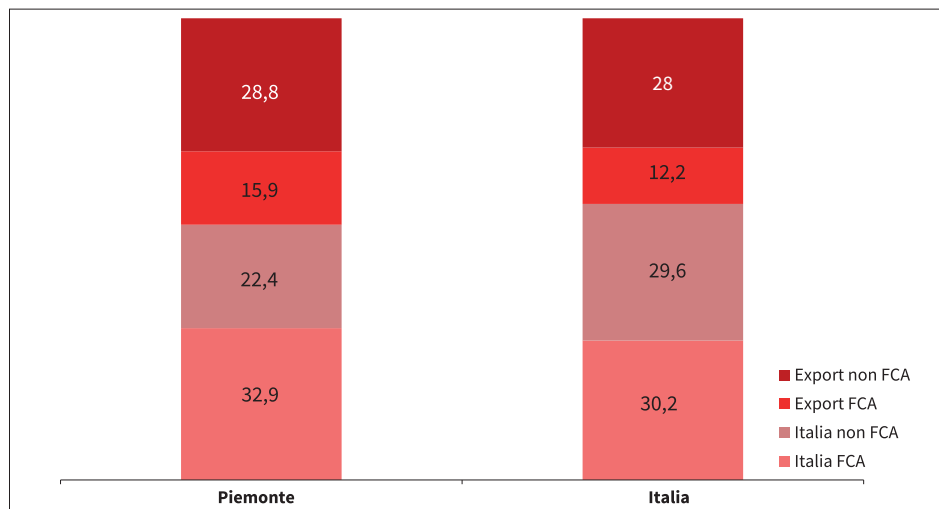
Figura 78 Fatturato automotive per categoria. Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Se nel 2014 si era evidenziata una diminuzione della quota media percentuale della fornitura (diretta o indiretta) verso FCA (pari al 32%), nel 2015 la quota torna a risalire, portandosi al 49%. A crescere, non è solo il mercato domestico (il 33% contro il 26% del 2014), ma anche la quota media percentuale di fatturato destinato alle produzioni estere (il 16% contro il 6%).

Figura 79 Percentuale di fatturato da gruppo FCA (2015). Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

L'ottima *performance* dei volumi di vendita raggiunta nell'ultimo biennio da FCA è stata sicuramente propulsore della ripresa di rapporti diretti o indiretti delle imprese del nostro territorio con il gruppo italo-americano: solo nei primi sei mesi del 2016 FCA ha fatto registrare un incremento delle immatricolazioni di autovetture in EU28 del +17,2% rispetto al primo semestre del 2015 (fonte: ACEA).

Da non sottovalutare, inoltre, il rilancio definitivo del polo del lusso del Gruppo FCA che, a partire da inizio 2016, a Mirafiori ha cominciato ufficialmente la produzione del nuovo SUV a marchio Maserati, tassello importante per la specializzazione produttiva del territorio subalpino.

Ad ulteriore conferma della ritrovata collaborazione diretta delle imprese piemontesi con FCA, più di un'azienda su due ha dichiarato di avere tra i primi tre clienti il gruppo torinese. La quota media percentuale del fatturato di FCA fra queste imprese sale al 62,3% (contro il 48,8% del totale piemontese), dato che sigilla l'importanza strategica del gruppo sul nostro territorio.

L'incremento della produzione di automobili a livello globale ha anche modificato la ripartizione del fatturato aziendale destinato al mercato del primo impianto e a quello dell'*aftermarket*.

L'aumento del numero di immatricolazione ha avuto come conseguenza una diversa ripartizione dei volumi di vendita destinati al primo equipaggiamento, dove fatturano il 93% delle imprese piemontesi, contro l'89% del 2014.

Al contrario si è registrata una diminuzione dei prodotti destinati all'*aftermarket*, mercato destinato a risalire nel tempo con il progressivo 'invecchiamento' del parco autoveicolare. La quota media percentuale di fatturato sul primo impianto si attesta infatti all' 82% (69% nel 2014), e la residua quota del 18% sull'*aftermarket* (il 31% nel 2014).

11.3 L'internazionalizzazione delle imprese piemontesi: aumenta l'apertura verso i mercati esteri

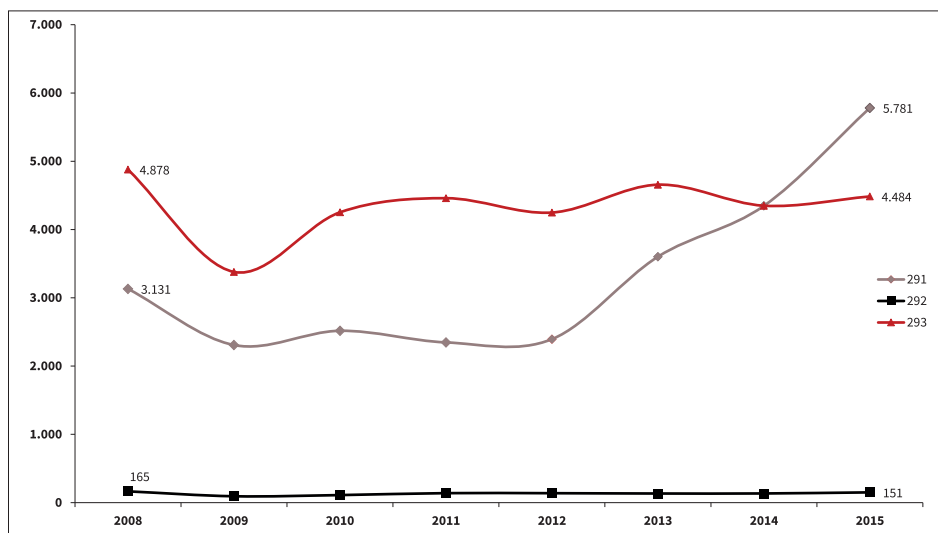
Le imprese del territorio subalpino si sono storicamente caratterizzate per un elevato grado di apertura ai mercati esteri, propensione che ha permesso alla filiera piemontese sia di superare la recente crisi economica globale, che ha duramente colpito il mercato dell'auto, sia di mantenere alti i livelli di competitività e di specializzazione imprenditoriali.

Dopo un 2014 in cui le vendite all'estero di componentistica avevano segnato una battuta d'arresto, nel 2015 le esportazioni piemontesi sono tornate a crescere e hanno raggiunto un valore di quasi 4,5mld di € (circa il 37% dell'export italiano di parti di autoveicoli) con un incremento del 3,1% rispetto all'anno precedente.

Forte dell'elevata competenza ed esperienza che il sistema imprenditoriale piemontese ha acquisito nel corso degli anni, in particolare nell'area torinese dove FCA produce alcuni modelli del marchio Maserati e Alfa Romeo, nel 2015, per la prima volta dopo dieci anni, il valore delle vendite subalpine di autoveicoli hanno superato quelle di parti e componenti, aumentando del 33% rispetto al 2014 (5,8mld di €).

Le esportazioni di automobili del Piemonte rappresentano oggi quasi il 30% delle vendite nazionali di auto all'estero, quota che nel corso degli ultimi anni è andata progressivamente a crescere (era il 21% nel 2008) dato che conferma l'importanza del territorio subalpino nel contesto internazionale.

Figura 80 Esportazioni del Piemonte di manufatti codici ATECO 291-autoveicoli, 292-carrozzerie, e 293-componenti per auto (2008-2015, valori in milioni di €)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio su dati ISTAT

L'apertura verso i mercati esteri delle imprese piemontesi viene confermata dalle risposte rilasciate all'indagine dell'Osservatorio: sulla scia delle edizioni passate dell'Osservatorio, l'81% dei fornitori piemontesi (erano il 79% nel 2014) ha dichiarato di esportare, contro il 75% dei fornitori a livello nazionale.

La maggiore propensione all'export del *cluster* piemontese è avvalorata dall'analisi del grado di intensità⁶ con cui le imprese esportano: per un quarto del campione indagato l'export incide per oltre il 75% del giro d'affari, un peso tale da poter appellare tali operatori quali 'esportatori esclusivi'.

Tabella 22 Grado di intensità dell'export (valori %). Dati Piemonte

	Piemonte	Totale complessivo
Non esporta	18,9%	24,7%
Piccoli esportatori	19,7%	19,9%
Medi esportatori	19,7%	17,1%
Grandi esportatori	17,3%	15,1%
Esportatori esclusivi	24,4%	23,1%
Totale rispondenti	100%	100%

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

6 Si veda nota 19, cap. 10.

Inoltre, rispetto all'anno precedente quando si attestava al 37%, sale tra le imprese piemontesi la quota media di fatturato delle vendite oltre confine (il 45%, contro la media italiana del 40%). Tale quota raggiunge il 91% per gli esportatori identificati come 'esclusivi'.

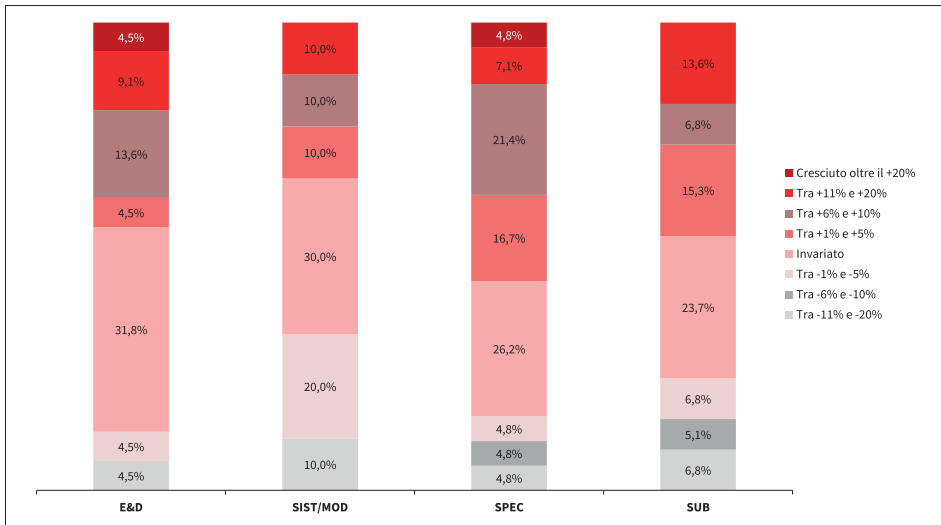
La buona *performance* che si è registrata nel 2015 delle vendite piemontesi di auto e componenti verso il mondo, trova riscontro anche tra i fornitori piemontesi che hanno partecipato all'Osservatorio.

Alla domanda sull'andamento del fatturato estero rispetto al 2014, quasi il 40% delle imprese ha dichiarato di aver registrato un aumento più o meno marcato delle vendite estere a fronte del 26% che ne ha invece evidenziato una sostanziale stabilità.

Le buone *performance* si traducono in una crescita media del fatturato estero piemontese pari al + 3,3% rispetto al 2014, leggermente inferiore a quello italiano (+4,2%).

Così come si rileva a livello nazionale, il *trend* migliore si è riscontrato tra gli E&D, la cui variazione del fatturato estero, rispetto all'anno precedente, si è attestata al +5,6%: un riconoscimento della specializzazione espressa dal territorio nella progettazione e prototipazione, campo in cui le elevate competenze nazionali e territoriali vengono spesso richieste all'estero.

Figura 81 Trend del fatturato estero per categoria (2015/2014). Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Per analizzare gli scambi internazionali in essere o futuri, sono state esaminate le relazioni di mercato con altri Paesi, tenendo in considerazione le principali macro aree economiche con cui si analizzano *i trend* delle più importanti operazioni commerciali: NAFTA, EMEA, APAC e LATAM.⁷

Con quasi 200 citazioni, le imprese piemontesi hanno dichiarato che i principali mercati esteri, per fatturato o volume, si collocano nella macro area EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa).

In linea con il contesto nazionale, Germania, Francia e Polonia risultano i primi tre Paesi di destinazione della componentistica piemontese; prevale pertanto un commercio internazionale 'di prossimità'.

L'Europa, sede di alcune delle più importanti case automobilistiche internazionali, si identifica come il *core business* anche dei fornitori di componentistica piemontesi. L'eucentricità che caratterizza il nostro tessuto imprenditoriale fa dell'EMEA zona strategica anche per gli investimenti futuri: il 63% delle imprese piemontesi ha dichiarato di voler aprire nella macro area uno o più stabilimenti produttivi o di voler investire nella stessa in rapporti internazionali (il 69%).

Guardando ai mercati più lontani, l'APAC (Asia, Pacifico), grazie alla presenza di mercati dell'auto in crescita o emergenti (ad es. la Cina e l'India), è un'altra macro area individuata come possibile futuro luogo di sviluppo di *business* delle imprese del territorio: il 20% dei rispondenti si è espresso a favore di possibili investimenti in termine di produzione e quasi il 14% in possibili sbocchi per le esportazioni.

Nello specifico, se si analizzano nel dettaglio i Paesi maggiormente citati dalle imprese, nella graduatoria complessiva, la Cina si colloca al secondo posto come luogo prescelto per l'apertura di nuovi stabilimenti e al quarto come mercato dove gli operatori intendono orientare il proprio export. Per contro, l'India è il quarto Paese in cui le imprese piemontesi vorrebbero dislocare la loro produzione.

Gli USA assorbono oltre il 76% delle citazioni presenti nella macroarea NAFTA, che complessivamente raccoglie il 5,3% delle preferenze; esattamente come avviene a livello nazionale, gli Stati Uniti si confermano il primo Paese extra europeo con cui i nostri fornitori intrattengono rapporti commerciali (esportazioni) o vorrebbero attivarli in un prossimo futuro.

Si conferma, infine, il calo di interesse verso i Paesi latino americani (LATAM): la recente crisi economica che ha investito il Brasile coinvolgendo anche il mercato dell'industria automobilistica, ha portato le imprese piemontesi a diminuire le relazioni internazionali con il Paese carioca e a non prevederne la pianificazione di nuove.

L'analisi dei principali concorrenti rispecchia le dinamiche appena riscontrate sulle collaborazioni oltre confine: Germania, Francia, Spagna e

7 Si veda nota 20, cap. 10.

Regno Unito per il 22% dei fornitori piemontesi sono nell'insieme i mercati da cui provengono (o potrebbero provenire) i principali competitors.

La minaccia è temuta anche da Paesi più lontani: il continente asiatico si colloca infatti al secondo posto con il 19% delle risposte, e tra le altre zone del mondo la concorrenza arriva dai Paesi dell'Europa dell'Est.

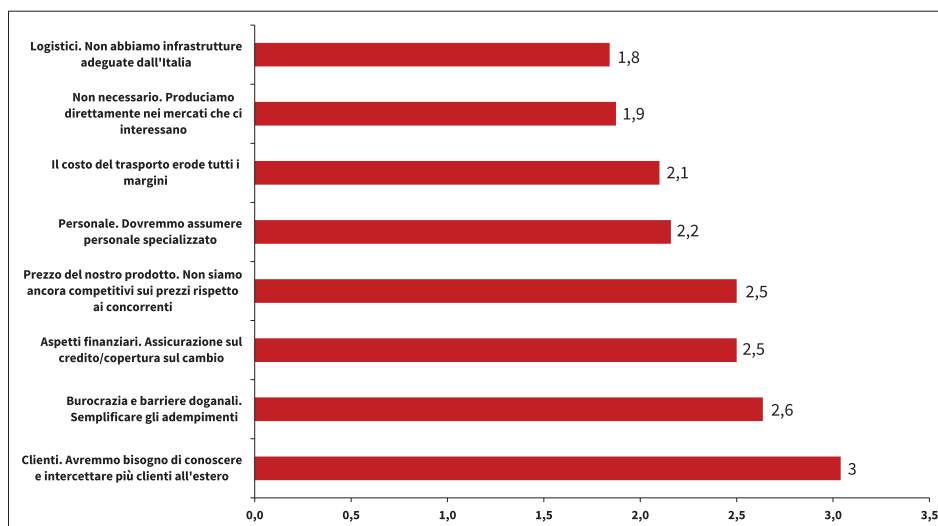
I fornitori di componenti paiono soffrire anche la competizione locale, piemontese o di altre regioni (il 32% delle imprese).

Se esportare da un lato è sinonimo di opportunità e di sviluppo, dall'altro può essere anche fonte di difficoltà: possono essere molti i motivi che hanno portato le imprese a non vendere o a ridurre i volumi delle vendite all'estero ed è per questa ragione che sono stati indagati i principali fattori che hanno impedito (o frenato) le esportazioni delle imprese rispondenti.

Come per l'insieme delle imprese italiane, i fornitori piemontesi hanno individuato nella difficoltà di conoscere nuovi o più clienti all'estero il principale ostacolo alle esportazioni, seguito, in ordine di importanza, dalla burocrazia. Con evidenza, lo sviluppo di rapporti commerciali all'estero potrebbe dunque essere favorito dalla semplificazione degli adempimenti amministrativi, da un canto, ma anche dall'ampliamento di relazioni per intercettare ordinativi dall'estero.

Per contro, i problemi logistici, legati alla mancanza di infrastrutture adeguate dall'Italia, ed i costi di trasporto non sembrano essere le principali cause frenanti.

Figura 82 I principali freni all'export, dati Piemonte. Voti medi da 1 (min importanza) a 5 (max importanza)



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

11.4 Ricerca e innovazione nelle imprese piemontesi della componentistica

L'innovazione ha assunto negli ultimi decenni un ruolo sempre più centrale e determinante per le *performances* aziendali anche delle imprese piemontesi; se investire nella ricerca significa stimolare virtuosi processi innovativi, rendendo le imprese più competitive in un mercato in continua evoluzione, l'industria automobilistica si è distinta come comparto che attiva e incorpora intensa innovazione, grazie ad un'elevata spesa in R&S.

Uno studio condotto periodicamente dall'ISTAT⁸ evidenzia che Nella nella regione Piemonte, che - terza a livello italiano per spesa in R&S (preceduta in ordine dalla Lombardia e dal Lazio), - gli investimenti di ricerca *in-house*, ovvero svolti dall'impresa stessa con macchinari e risorse interne, rivestono un peso rilevante, ammontando a 2,4mld di €, il 17% della spesa in ricerca e sviluppo realizzata dalle imprese in Italia, evidenziando l'orientamento generale della Regione verso l'innovazione. Il tessuto imprenditoriale piemontese, secondo i dati ISTAT, sostiene direttamente oltre il 78% del totale delle spese regionali in innovazione (contro il 54% della media italiana), dato che colloca al primo posto nella graduatoria delle regioni per l'incidenza degli investimenti *in-house* effettuati dalle imprese.

La vocazione all'innovazione del territorio è particolarmente manifesta nell'area metropolitana torinese dove hanno sede numerose realtà imprenditoriali con un'elevata capacità innovativa, appartenenti all'industria manifatturiera, all'ICT e ai servizi avanzati: sono prevalentemente⁹ piccole imprese, con meno di 50 addetti, di recente costituzione, con non più di cinque anni di attività, e che investono mediamente il 4% del loro fatturato in R&S. Tra le tipologie di innovazione realizzate, quelle più diffuse hanno riguardato l'innovazione di prodotto, legata sia al miglioramento incrementale dei prodotti esistenti, sia all'introduzione di prodotti radicalmente nuovi.

La forte impronta innovativa che caratterizza il tessuto locale permea anche l'insieme dei fornitori di componenti piemontesi che hanno partecipato all'Osservatorio: nel 2015 quasi il 74% dei rispondenti ha dichiarato di aver svolto attività di ricerca e sviluppo contro il 66% del 2014. Non propensi a innovare, come nelle edizioni passate, sono principalmente i subfornitori piemontesi (oltre il 39%), in forza del fatto che si caratterizzano per lo più, per la produzione di parti e componenti standard, applicabili a più settori industriali, oltre all'industria automobilistica. Per contro, tra gli E&D, in cui l'innovazione è intrinseca alle attività di ingegnerizzazione

8 Dati ISTAT, Ricerca e Sviluppo, anno 2015.

9 Cfr. Osservatorio sulle imprese innovative in provincia di Torino, Camera di commercio di Torino, Politecnico di Torino, 2015; i dati si riferiscono al periodo 2012-2013.

e prototipazione, la quasi totalità dei rispondenti ha dichiarato di investire parte del fatturato in attività di ricerca e sviluppo.

Tra i fornitori piemontesi, il gruppo più nutrito (il 38%) investe nella ricerca tra l'1 ed il 3% del fatturato annuo e impiega tra l'1-4% degli addetti in attività di R&S (il 32%), ma per il 15% dei rispondenti di spesa in R&S aumenta al 4-5% del fatturato.

Sul polo opposto, le imprese con una vocazione innovativa più spinta, con percentuale di fatturato in R&S superiore al 10%, arrivano a rappresentare il 13% delle rispondenti, una quota leggermente inferiore al dato italiano.

Va evidenziato che, oltre il 95% dei fornitori di componenti che svolgono attività di ricerca e sviluppo ritengono che le caratteristiche innovative dei prodotti o servizi offerti siano tra i principali fattori che li rendono competitivi e li distinguono dai loro principali concorrenti; d'altronde, nell'industria automobilistica, così come in altri settori fortemente improntati all'innovazione, la competizione si svolge a livello internazionale, con prodotti soggetti a rapide evoluzioni tecnologiche.

Esiste, poi, una forte correlazione tra le imprese innovatrici e l'internazionalizzazione: oltre l'86% dei fornitori piemontesi che investono in ricerca e sviluppo ha dichiarato di esportare e, tra questi, più di un'impresa di componentistica su due si identifica come esportatore esclusivo o grande;¹⁰ la presenza su mercati esteri facilita, pertanto, la capacità di innovare delle imprese e le rende più sensibili a ripensare e ad adattare i loro prodotti e servizi alle esigenze del mercato globale.

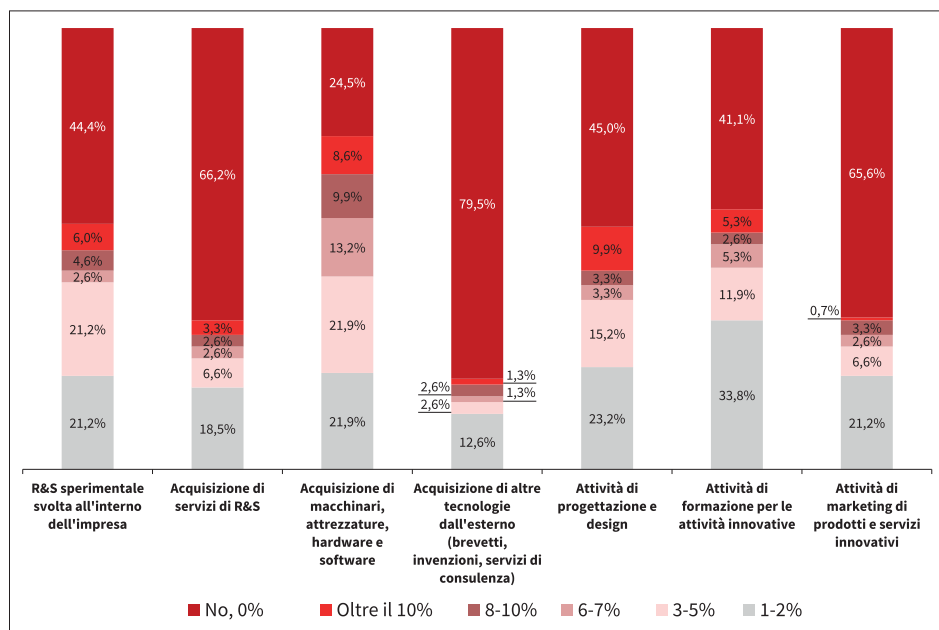
Se si guarda alle attività di innovazione svolte nel triennio 2013-2015, il 57% dei fornitori piemontesi, in linea con il dato italiano, ha introdotto nel mercato prodotti nuovi o significativamente migliorati: tra questi oltre l'87% è stato propulsore nel proprio mercato di riferimento e 'solo' il 13% ha innovato esclusivamente per adeguarsi alle imprese concorrenti.

Laddove l'impresa ha introdotto innovazioni di processo (il 71%), queste hanno toccato principalmente i processi di produzione (il 50%) e quelli di gestione (il 34%).

Così come si riscontra a livello italiano, gli investimenti maggiormente sostenuti dalle imprese innovatrici piemontesi sono stati principalmente indirizzati all'acquisizione di macchinari ed attrezzature impiegati nelle attività di ricerca (il 75% delle rispondenti), alle attività di formazione (il 59%) e alla R&S sperimentale svolta direttamente all'interno dell'impresa (il 56%).

¹⁰ Si veda la nota 19, cap. 10.

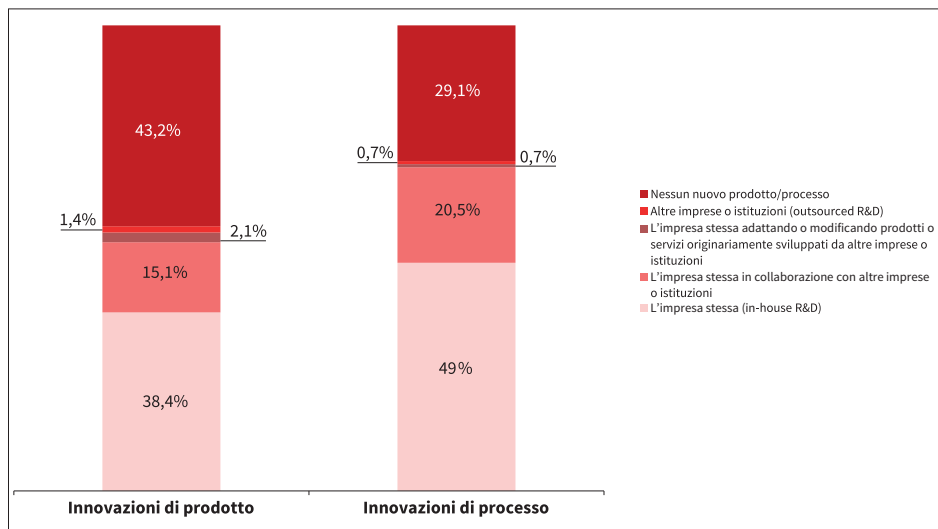
Figura 83 Attività volte all'innovazione svolte dalle imprese (2013-2015, valori % su fatturato complessivo). Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

La ricerca *in-house* ha riguardato sia le innovazioni di prodotto, sia quelle di processo, entrambe sviluppate prevalentemente dall'impresa stessa; le collaborazioni con altre imprese o istituzioni pubbliche (università, centri di ricerca, ecc.) hanno coinvolto mediamente il 18% dei nuovi progetti. La cooperazione con altre imprese o enti pubblici risulta, pertanto, ancora secondaria tra i fornitori di componenti piemontesi, come rilevato per l'insieme delle imprese italiane.

Figura 84 Soggetti che hanno prevalentemente sviluppato le innovazioni introdotte dall'impresa nel triennio 2013-2015 (valori %). Dati Piemonte

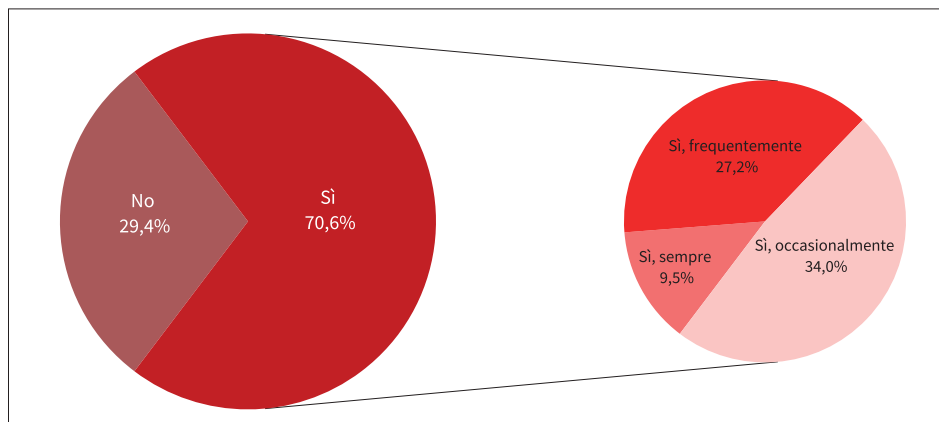


Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

I clienti ricoprono un ruolo fondamentale nell'innovazione: il 67% delle aziende della componentistica piemontese ha dichiarato che tra il 2013 ed il 2015 la collaborazione più significativa è stata instaurata con un committente, attore che gioca una parte importante nella definizione delle specifiche per i prodotti e per le soluzioni innovative.

Le relazioni attivate nell'ultimo triennio, oltre che per motivi commerciali (per esempio per l'accesso a nuovi settori, per la distribuzione e la vendita di prodotti, ecc.), sono state instaurate proprio per sviluppare progetti innovativi: poco più del 70% delle imprese piemontesi del settore ha infatti dichiarato di aver dato vita a cooperazioni - di diversa intensità - per attività di ricerca e sviluppo.

Figura 85 Collaborazioni instaurate per attività di innovazione (2013-2015, valori medi %). Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

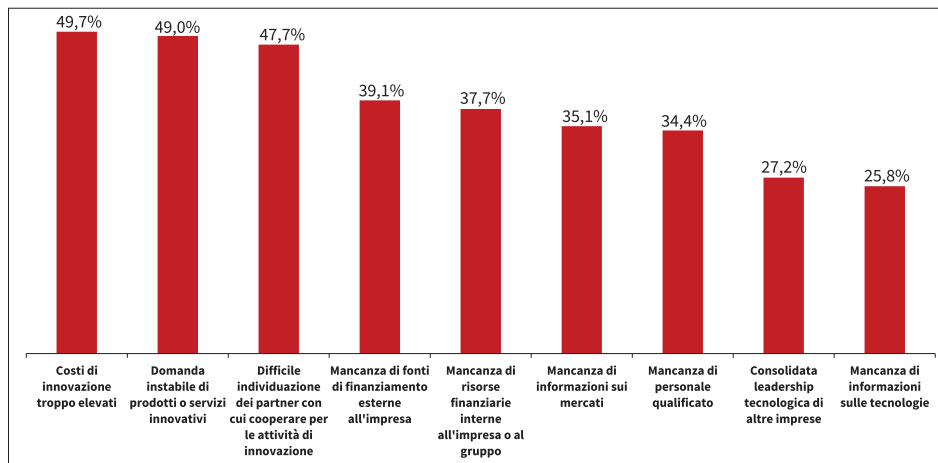
Risultano ancora limitati gli accordi e le collaborazioni con altre imprese e/o organizzazioni di Paesi stranieri con finalità innovative: nel 2015 i fornitori piemontesi intervistati hanno dichiarato di aver dato vita a 15 collaborazioni 'internazionali' che hanno visto come *partner* i principali attori dell'industria automobilistica globale, localizzati in Germania, Francia e Stati Uniti d'America.

Se si analizzano le scelte adottate dalle imprese per appropriarsi dei ritorni economici delle attività di innovazione, quello della brevettazione risulta uno strumento ancora relativamente poco utilizzato: il 20% dei fornitori ha infatti dichiarato di aver depositato brevetti nell'ultimo triennio (dato analogo a quanto emerso a livello italiano).

Il processo innovativo, specie nelle prime fasi di sviluppo, dipende tanto dall'idea, quanto dalle risorse disponibili per realizzarla; eventuali ostacoli possono frenarne la concretizzazione, quali vincoli alle attività di innovazione.

Nel triennio 2013-2015 per quasi un'impresa piemontese su due gli elevati costi di innovazione sono stati il primo fattore che ha ostacolato la ricerca e sviluppo, seguiti dalla domanda instabile di prodotti e servizi innovativi. La difficoltà di individuare *partner* con cui collaborare è il terzo elemento di freno, seguito dalla mancanza di finanziamenti esterni. Tuttavia, se si sommano le dichiarazioni di chi ha individuato nelle scarse risorse finanziarie esterne i principali ostacoli per innovare e chi si è esposto a favore delle limitate risorse finanziarie dell'impresa, il primo ostacolo della ricerca e sviluppo dei fornitori piemontesi è riconosciuto indubbiamente come di natura finanziaria (il 77% dei rispondenti).

Figura 86 Principali fattori di ostacolo all'innovazione (2013-2015, valori %). Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

11.5 Andamento del fatturato e previsioni

Dopo la battuta di arresto registrata nel 2012, il fatturato della componentistica piemontese ha ripreso a crescere e l'anno 2015 ha confermato questa tendenza: il saldo delle dichiarazioni fra chi ha indicato un aumento e chi una riduzione dei ricavi è pari al +27%, sostanzialmente in linea con quello italiano, ma leggermente inferiore a quello rilevato nell'edizione 2014 dell'Osservatorio (+29%). Solo l'11% degli operatori ha dichiarato che i ricavi sono rimasti stabili rispetto all'anno precedente, a fronte del 18% del 2014.

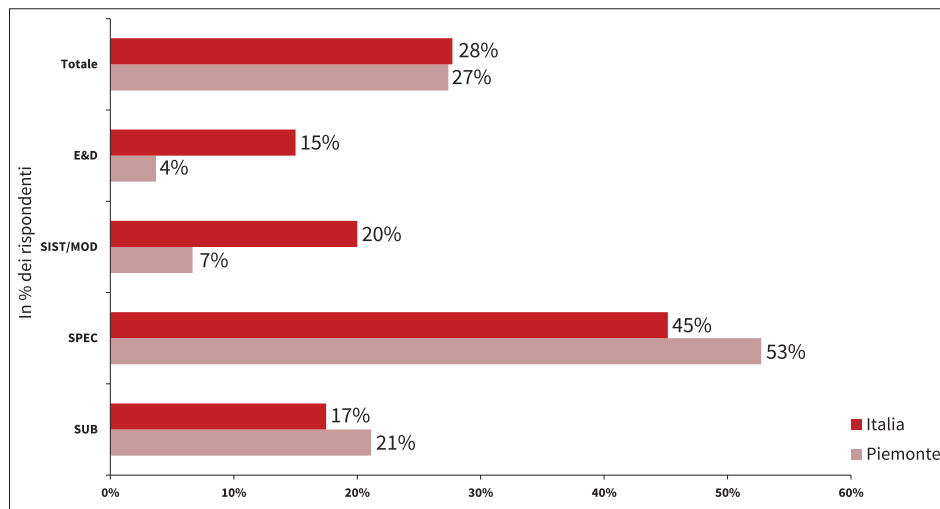
Se da un lato aumentano di due punti percentuali le dichiarazioni di crescita, arrivando al 58%, dall'altro salgono quelle di diminuzione, che passano dal 27% dell'anno precedente al 31%.

Le performance migliori vengono conseguite dagli specialisti (la differenza fra le indicazioni di aumento del fatturato e quelle di diminuzione risulta pari a +53%) e dai subfornitori (+21%), mentre fra gli E&D e i sistemisti e modulist il saldo risulta più contenuto rispetto a quello rilevato a livello nazionale.

Va segnalato che fra le imprese degli E&D è comunque presente una quota significativa di rispondenti (il 22%) che ha indicato un aumento del fatturato superiore al 20% e questa variazione positiva ha senz'altro avuto ripercussioni sul conseguimento della buona performance evidenziata dall'universo piemontese della categoria. Analogamente, fra i subfornitori è stata rilevata una percentuale maggiore di imprese che hanno indicato

una crescita del volume d'affari superiore al 10% (il 18%) e questo giustifica la variazione del fatturato 2015/2014 decisamente al di sotto della media complessiva, ottenuto dall'universo piemontese di questo 'mestiere'.

Figura 87 Saldo fra dichiarazioni di aumento e riduzione del fatturato per categoria (2015/2014). Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

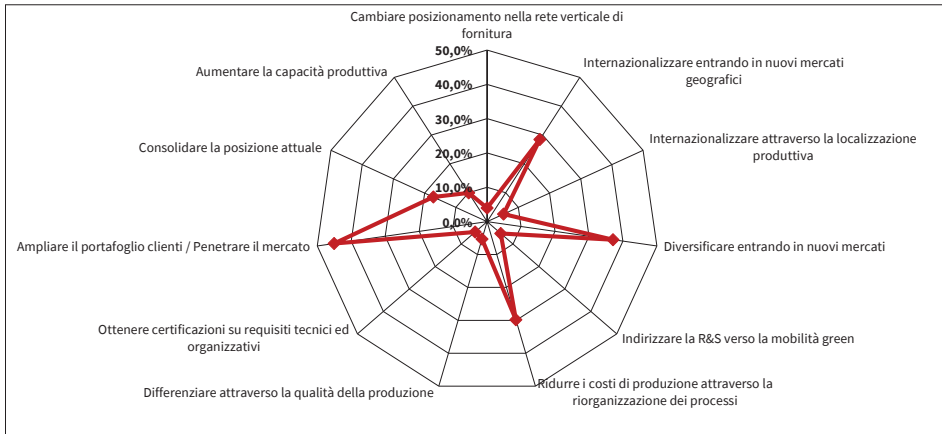
Il *trend* positivo evidenziato dalla filiera piemontese nel corso del 2015 si riflette anche nelle previsioni del 2016: il 76% delle imprese rispondenti continua ad essere fiducioso a fronte del 24% di pessimisti. Gli integratori di moduli e sistemi e gli specialisti appaiono i più ottimisti (oltre l'80% dei rispondenti si sono espressi in questo senso); qualche timore in più viene manifestato dagli E&D (il 29% sono pessimisti) e dai subfornitori (il 30%).

Per individuare le strategie che la filiera automotive metterà in atto nel breve periodo, è stato domandato alle imprese del campione piemontese su quali progetti investiranno nei prossimi 3-5 anni.

Il campione regionale ritiene l'ampliamento del portafoglio clienti, attraverso la penetrazione di nuovi mercati, la strategia più importante nel breve periodo (il 45% dei rispondenti), che potrà essere attuata attraverso la diversificazione con l'ingresso in nuovi mercati (37%) e la riduzione dei costi di produzione attuata con la riorganizzazione dei processi (il 30%). Riscuotono un buon numero di consensi anche le politiche di internazionalizzazione attraverso l'ingresso in nuovi mercati geografici (il 30%), mentre rivestono una minore importanza il consolidamento della posizione attuale (il 17%) e l'ampliamento della capacità produttiva (il 10%).

Sono invece considerate marginali, tra le strategie da attuare, il cambiamento della posizione nella catena della fornitura ed il conseguimento di certificazioni su requisiti tecnici e organizzativi (entrambi i casi sono indicati da meno del 5% delle imprese).

Figura 88 Strategie di breve periodo delle imprese (valori %). Dati Piemonte



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

12 L'Emilia Romagna

Marco Ardoino e Giulia Pignedoli
(Fondazione Democenter-Sipe di Modena, Italia)

Sommario 12.1 Perché un focus sull'Emilia Romagna. – 12.2 Le imprese automotive emiliano-romagnole: quadro complessivo. – 12.3 Le imprese automotive emiliano-romagnole: il campione in esame. – 12.4 Il fatturato 2015: positivo con moderazione. – 12.5 Competenze, ricerca, innovazione. – 12.6 La dipendenza dal gruppo FCA. – 12.7 Le imprese dell'Emilia Romagna e l'Export. – 12.8 La concorrenza. – 12.9 Le relazioni e le collaborazioni con il resto del mondo industriale. – 12.10 Quale futuro?

12.1 Perché un focus sull'Emilia Romagna

Il contesto industriale della Regione presenta da sempre una forte vocazione automotive, sostenuta dalle competenze professionali sviluppate nel tempo e dagli investimenti realizzati dalle aziende che operano sul territorio, sia per quanto riguarda il settore motoristico e veicolistico, sia per quello della produzione di componentistica. Il settore deve il suo sviluppo alla presenza storica di costruttori quali Ferrari, Maserati, CNH Industrial nella provincia di Modena, di Lamborghini e Ducati nella provincia di Bologna, di Dallara nella provincia di Parma, capaci di **generare complessivamente un fatturato annuo dell'ordine di 10mld di €**. A questi si aggiungono numerosi e qualificati fornitori di servizi e di componentistica, a configurare la Regione come uno dei grandi poli automobilistici europei, caratterizzato in particolare dalla specializzazione nel motorsport che fa da volano allo sviluppo di tecnologie e soluzioni innovative.

12.2 Le imprese automotive emiliano-romagnole: quadro complessivo

Anche per la regione Emilia Romagna, l'Osservatorio ha preso in esame la filiera della componentistica sulla base della tipologia di manufatti, del grado di standardizzazione dei prodotti, della competenza tecnologica e dell'indipendenza nell'apportare innovazioni e nell'ideare. Si tratta di una suddivisione in parte riconducibile alla tradizionale classificazione della filiera, che distingue tra fornitori di primo, secondo, terzo livello od oltre, a seconda del loro posizionamento nella piramide della fornitura (I, II o III *Tier*), dove i fornitori di I livello sono i player che si interfacciano

direttamente con gli assemblatori finali. Al contempo si crea un sistema di relazioni che collega le imprese con quelle di livello inferiore e superiore.

Su questa base, l'insieme delle imprese è stato suddiviso in:

- a. integratori di sistemi e fornitori di moduli (SIST/MOD), insieme costituito per lo più da grandi imprese multinazionali, estere e italiane, produttori di sistemi funzionali che si collocano al vertice della catena di fornitura in qualità di *Tier I*, con stabilimenti collocati in prossimità degli stabilimenti del costruttore o, nel caso dei moduli, anche in qualità di *Tier II*; vendono pertanto i propri prodotti direttamente alla testa della filiera;
- b. specialisti (SPEC), produttori di parti e componenti con un contenuto di innovazione e specificità tale da costituire un vantaggio competitivo (*Tier I* o *Tier II*);
- c. subfornitori (SUB), produttori di parti e componenti standardizzate, prodotte secondo specifiche fornite dai clienti e facilmente replicabili dai competitors (*Tier III*);
- d. le attività di E&D, a supporto dei diversi attori della catena della fornitura. Forniscono servizi direttamente agli assemblatori oppure ai fornitori di primo livello, comprendendo questo insieme sia le imprese attive nell'ingegneria di prodotto, sia quelle che sviluppano ingegneria di processo. Data la trasversalità della loro attività, possono collocarsi a diversi livelli della catena di fornitura.

Il comparto della componentistica automotive in Emilia Romagna è composto complessivamente da 200 aziende, che assommano quasi 13mila addetti.

Di queste 200 imprese, 91 sono subfornitori, 79 sono specialisti, 21 sono E&D, infine 9 si qualificano come integratori di sistemi e fornitori di moduli (SIST/MOD).

Tabella 23 Fatturato e addetti complessivi. Dati Emilia Romagna

	2015		2014		var. % 2015/14 Fatt. compl.	2015		2014		var. % 2015/14 addetti compl.	
	Imprese	Fatt. (mln €)	di cui solo auto	Fatt. (mln €)		di cui solo auto	addetti tot.	di cui solo auto	addetti tot.		di cui solo auto
Subfornitori	91	961	554	902	520	6,5%	3.429	1.890	3.329	1.834	3,0%
Specialisti	79	1.444	1.043	1.414	1.021	2,1%	6.178	3.880	5.671	3.561	8,9%
Engineering & Design	21	68	59	64	55	6,1%	276	241	229	200	20,4%
Sistemisti/modulisti	9	509	458	537	484	-5,2%	3.003	2.907	3.022	2.925	-0,6%
TOTALE	200	2.981	2.114	2.916	2.080	2,2%	12.886	8.917	12.251	8.521	5,2%

Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Come descritto precedentemente nel rapporto, la stima del fatturato e del numero di addetti è stata ottenuta partendo dalle informazioni disponibili nelle banche dati ufficiali; per oltre l'80% delle imprese individuate come appartenenti alla filiera si disponeva dei bilanci non consolidati dell'anno 2015, depositati presso i Registri Imprese delle Camere di commercio italiane, e delle informazioni sugli occupati delle aziende stesse, derivanti prevalentemente dagli archivi INPS.

Se non ancora disponibile il dato di fatturato del 2015 estratto dalle fonti ufficiali, per le imprese rispondenti, si è seguita la seguente procedura di stima: ove disponibile, è stato preso in considerazione nel computo complessivo il giro d'affari dell'anno 2015 dichiarato sul questionario compilato; nei casi in cui l'unica informazione presente per la posizione di impresa risultava quella degli addetti, il giro d'affari della stessa è stato ricavato tenendo in considerazione il fatturato mediano per addetto per ogni categoria di imprese della componentistica; infine, per le residue posizioni lacunose, ai valori mancanti sono state sostituite le mediane del fatturato e degli addetti delle imprese dell'universo.

Per l'insieme delle imprese regionali, l'andamento del 2015 rispetto all'anno precedente risulta positivo sia per quanto riguarda il fatturato (+2,2%) sia per quanto riguarda l'occupazione (+5,2%). Il dato sul fatturato, meno positivo rispetto all'intero settore nazionale, risente dell'andamento negativo del comparto dei produttori di sistemi e di moduli, nel quale a livello regionale figurano soprattutto aziende che realizzano dispositivi e soluzioni per il mercato delle auto a gas (sia primo impianto che *aftermarket*), mercato che nel 2015 e anche nei primi mesi del 2016 risulta in forte calo, proseguendo un trend negativo iniziato ormai nel 2013, in netta controtendenza con il mercato automobilistico complessivo.¹ Va in ogni caso sottolineato come, nonostante il difficile momento economico, anche per questo specifico gruppo di imprese l'occupazione sia rimasta sostanzialmente stabile.

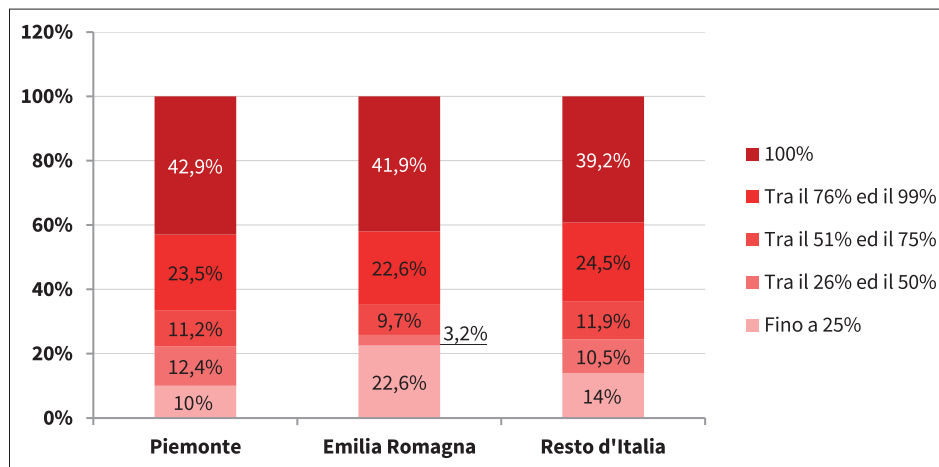
12.3 Le imprese automotive emiliano-romagnole: il campione in esame

Per quanto riguarda nello specifico il campione preso in esame nell'indagine, composto da **31 imprese rispondenti**, questo si caratterizza per la forte vocazione automotive, con oltre il 40% delle imprese rispondenti in grado di realizzare il 100% del proprio fatturato nel settore, mentre il 75% delle imprese stesse supera in ogni caso il valore del 50% per quanto riguarda la percentuale di fatturato sul settore auto. Non è quindi sor-

1 Dati ANFIA: <http://webmail.anfia.it/autoincifre/ImmatItaliaCapA.htm>.

prendente che anche la percentuale di addetti impiegati nell'automotive rispetto al totale degli addetti sia per queste imprese molto alta, oltre il 95% per più della metà (55%) delle imprese intervistate.

Figura 89 Classe di fatturato destinato all'automotive Dati Emilia Romagna



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

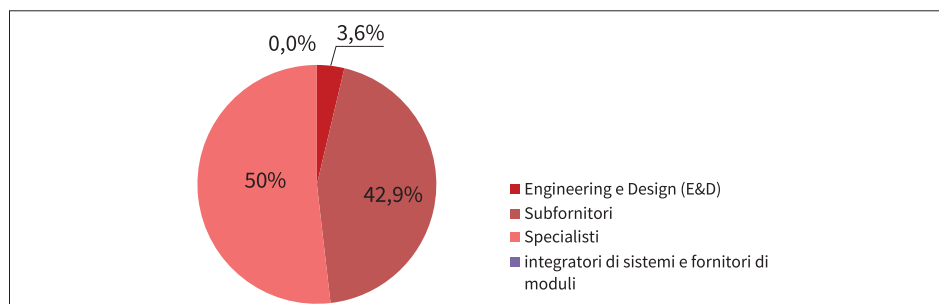
Nel campione preso in esame figurano una identica percentuale (27%) sia di imprese che realizzano il 100% del proprio fatturato automotive sul mercato del primo impianto, sia di imprese che viceversa sono completamente dedicate all'*aftermarket*: tra le aziende che invece si collocano su entrambi i mercati prevalgono comunque le imprese per le quali oltre il 50% del fatturato deriva dal primo impianto.

Di queste 31 imprese, 14 sono riconducibili alla categoria *specialisti*, 12 risultano *subfornitori*, 1 impresa appartiene alla categoria E&D. Infine, 1 impresa risulta esclusivamente commerciale, mentre 3 imprese non danno risposte sufficienti a consentire una classificazione. Purtroppo nessuna delle imprese rispondenti risulta classificabile nella categoria *sistemisti e modulist*.

Si tratta di imprese per il 90% dei casi indipendenti e solo per un 10% appartenenti invece ad un gruppo più grande, in particolare un gruppo estero. Emerge quindi un quadro molto classico, per l'Emilia Romagna e per l'Italia, di imprese di piccola dimensione, indipendenti, fortemente specializzate. Tra le rispondenti, solo un campione piccolo (poco più del 3%) si occupa di E&D, collocandosi quindi nella parte più avanzata e a maggiore valore aggiunto della filiera. Sull'universo complessivo delle 200 imprese la percentuale di questa categoria risulta invece superiore al 10% e appare ragionevolmente destinata ad aumentare, sia per l'effetto

attraente esercitato dai costruttori presenti sul territorio, ad esempio lo spostamento a Modena delle attività di sviluppo dei nuovi modelli Alfa Romeo, sia per altri fattori quali ad esempio la legge regionale che favorisce gli investimenti (Legge regionale 14/2014 per la promozione degli investimenti in Emilia-Romagna), nel contesto della quale almeno due delle aziende che nel 2016 hanno partecipato al primo bando sono riconoscibili come aventi una forte specializzazione nell'E&D automotive.²

Figura 90 Attività principale delle imprese rispondenti. Dati Emilia Romagna



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Si tratta di imprese che per oltre il 50% si qualificano come fornitori di primo livello (*Tier I*) e per quasi il 30% come fornitori di secondo livello (*Tier II*), i cui prodotti sono destinati in maggioranza al segmento delle vetture premium e sportive (quindi per una buona percentuale a rimanere strettamente sul territorio) e, in secondo ordine, alla produzione di autovetture medio-grandi, a indiretta conferma che si tratta di prodotti di qualità in grado di essere premiati dal mercato.

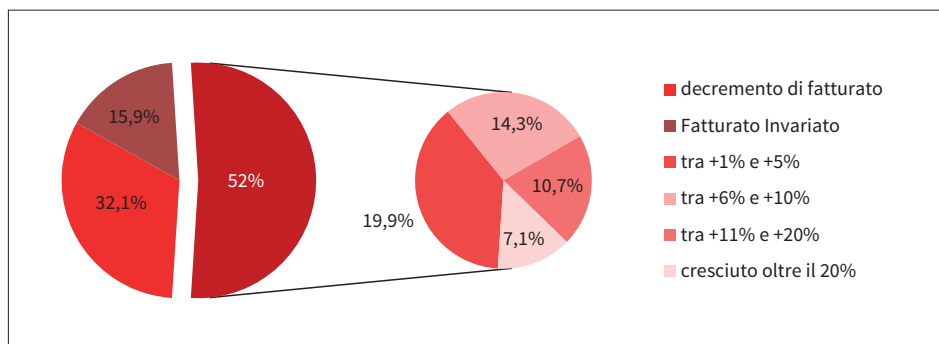
12.4 Il fatturato 2015: positivo con moderazione

Per quanto riguarda l'andamento del fatturato 2015, è positiva la percentuale (oltre il 52%) di imprese che registrano un aumento di fatturato: più del 7% del campione presenta una crescita superiore al 20%, mentre quelle che hanno registrato un decremento di fatturato sono circa il 30%. Questi dati sono in linea come ordine di grandezza sia con l'intero campione nazionale, sia con il segmento delle aziende piemontesi, sebbene leggermente meno positivi rispetto ad entrambi: la ragione di questo andamento potrebbe esse-

² <http://www.regione.emilia-romagna.it/notizie/2016/luglio/emilia-romagna-attraente-17-aziende-e-grandi-gruppi-industriali-pronti-a-investire-oltre-611-milioni-di-euro-1-600-nuovi-posti-di-lavoro> (ultima consultazione: 2016-11-08).

re semplicemente riconducibile al fatto che i mercati delle vetture premium e sportive, sui quali come abbiamo visto le aziende emiliano-romagnole insistono in modo particolare, nel corso degli ultimi anni non solo non hanno risentito della crisi che ha invece fortemente colpito gli altri segmenti, ma al contrario sono cresciuti a livelli record: per questa ragione, è possibile che le aziende dell'Emilia Romagna, che si trovano in una fase di crescita che dura da qualche anno, siano cresciute percentualmente meno rispetto al campione nazionale, che può aver goduto nell'ultimo anno della risalita complessiva dei segmenti più economici del mercato dell'auto.

Figura 91 Andamento fatturato (2014-2015). Dati Emilia Romagna



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

12.5 Competenze, ricerca, innovazione

Per quanto riguarda la percentuale di addetti in possesso di un titolo di studio universitario, il campione di aziende dell'Emilia Romagna risulta superiore alla media nazionale per quanto riguarda la percentuale di aziende per le quali risulta in possesso di una laurea oltre il 75% degli addetti (7,1 contro il 5,4 della media nazionale). Questo dato è probabilmente riconducibile alle diverse aziende di E&D che stanno crescendo sul territorio e che sostanzialmente mettono sul mercato i 'cervelli', ovvero la propria capacità progettuale di sviluppare innovazione per i clienti.

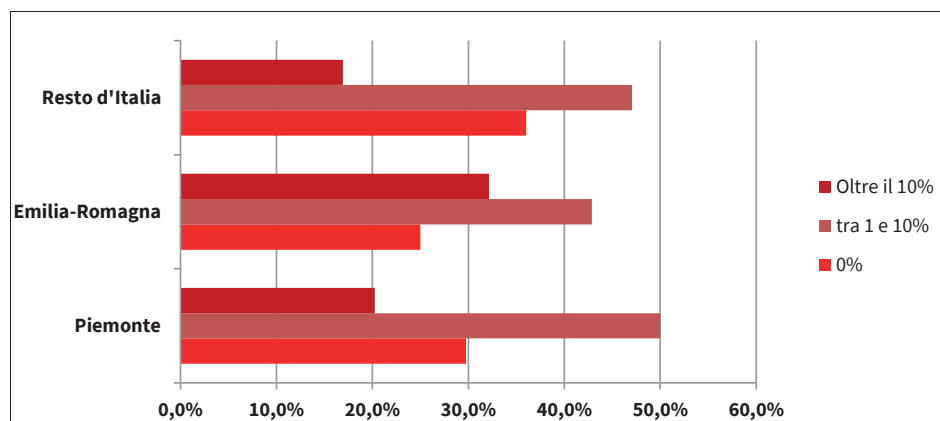
Per contro, la presenza di un numero significativo di imprese (28%) che non hanno al proprio interno alcun laureato, non deve mettere in ombra la presenza anche in queste imprese di competenze e saperi pratici utili all'innovazione, nel contesto di procedure dell'innovare-facendo che di prassi coinvolgono quote di addetti a più basso titolo di studio, ma con elevate qualificazioni e specializzazioni

Nel contesto dei laureati in azienda, vale la pena sottolineare come tutte le più recenti iniziative della Regione Emilia Romagna per finanziare l'atti-

ività di ricerca e innovazione delle imprese³ legghino la percentuale del contributo (in alcuni casi la concessione del contributo stesso) all'assunzione di personale laureato, da destinare all'attività di ricerca e sviluppo. Il peso dei laureati nelle imprese della Regione sembra dunque destinato a crescere, soprattutto nella fascia tecnologicamente più avanzata delle imprese che maggiormente sono impegnate in attività di ricerca e innovazione.

Indipendentemente dal numero di addetti laureati, le aziende della Regione mostrano comunque una significativa propensione all'innovazione, con una percentuale di addetti alla ricerca e sviluppo significativamente superiore alla media nazionale: emerge infatti che più del 30% delle imprese emiliano-romagnole (meno del 20% la media nazionale) impieghino nella ricerca e sviluppo oltre il 10% dei propri addetti; più in generale, oltre il 75% delle imprese regionali (media nazionale 70%) dedicano alla ricerca e sviluppo almeno l'1% dei propri addetti.

Figura 92 Addetti impiegati in R&S (2015, valori %). Dati Emilia Romagna

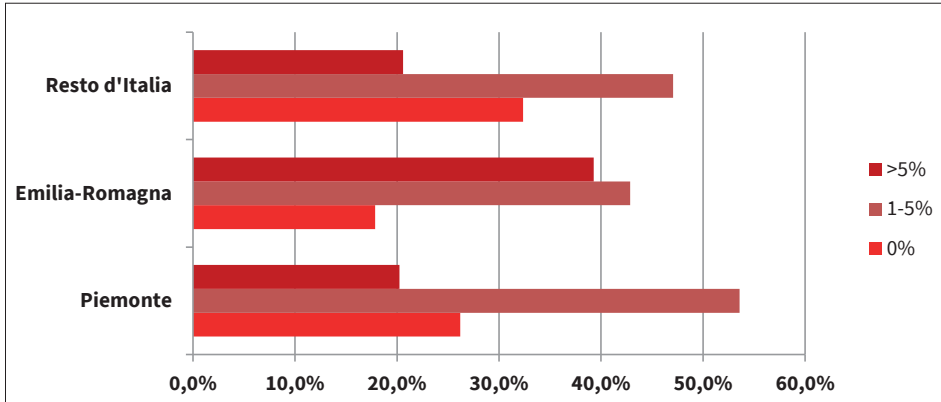


Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Ancora più significativo il dato relativo alla percentuale di fatturato investita nella R&S, con il 40% delle imprese regionali rispondenti (media nazionale 22%) capace di investire oltre il 5% del fatturato.

3 <http://www.regione.emilia-romagna.it/fesr/opportunita/2015/ricerca-imprese>.

Figura 93 Fatturato investito in R&S (2015, valori %). Dati Emilia Romagna



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Ma verso dove si è indirizzata e come si è sviluppata questa innovazione, nell'arco temporale degli ultimi tre anni? Se la maggioranza delle imprese intervistate (60%) dichiara di aver concretizzato almeno una innovazione di prodotto, con attività di ricerca realizzate *in-house*, tutte le imprese (100% del campione) affermano di aver realizzato almeno una innovazione di processo (per il 56% innovazione del processo di produzione, per il 25% innovazione nella logistica, per il 19% innovazione nella gestione interna), anche in questo caso prevalentemente grazie ad attività di ricerca *in-house*. Il fatto che tutte le imprese intervistate abbiano innovato i propri processi attesta la grande attenzione delle imprese verso le nuove tecnologie produttive, così come verso la razionalizzazione dei processi al fine di minimizzare i costi e i tempi di risposta al cliente. Queste diverse innovazioni vengono giudicate dalle imprese come nuove per l'intero settore di riferimento, un dato solo in parte confermato dal fatto che il 16% delle imprese intervistate dichiara di avere depositato almeno un brevetto nel triennio di riferimento. Quest'ultimo dato risulta perfettamente allineato con le risposte sia dell'intero campione nazionale che del campione delle imprese piemontesi, pertanto in leggera contraddizione con le statistiche intersettoriali, che pongono l'Emilia Romagna al secondo posto tra le regioni italiane per numero di brevetti, dopo la Lombardia.⁴

Per quanto riguarda infine i principali ostacoli all'innovazione, o comunque quelli che le imprese percepiscono come tali, dalle risposte non emergono uno o più fattori in maniera netta, sebbene al primo posto venga indicata la domanda instabile di prodotti e servizi innovativi: si tratta di un

⁴ <http://www.aster.it/indicatori/brevetti>.

fattore sicuramente importante per le aziende della subfornitura, ma che dovrebbe diventare ragionevolmente meno importante per gli integratori di moduli e sistemi e i sistemisti in generale, tenuto conto del rapporto più diretto di questi ultimi con i costruttori automotive che stanno al vertice della catena di fornitura, chiamati a rispondere con innovazione continua alle esigenze ed alle richieste del mercato.

Tra gli ostacoli all'innovazione le aziende dell'Emilia Romagna indicano anche la mancanza di fonti di finanziamento: sebbene questo possa essere un legittimo sentire delle imprese, va ricordato come la già citata programmazione POR-FESR 2014-2020 della Regione Emilia Romagna individui il settore della mecatronica e della motoristica tra quelli di sviluppo strategico sui quali indirizzare i finanziamenti per l'innovazione destinati alle imprese.⁵

12.6 La dipendenza dal gruppo FCA

L'8,7% delle imprese della regione dichiara di dipendere quasi interamente (oltre 75% del fatturato) dal gruppo FCA, mentre viceversa il 39% delle imprese dell'Emilia Romagna dichiara di non fatturare affatto verso FCA e quindi di non essere fornitore del gruppo. Su scala nazionale queste percentuali salgono al 29,5% delle imprese per quanto riguarda il primo dato e scendono al 20% delle imprese per il secondo dato, ovvero le imprese che non hanno FCA tra i clienti. Dall'analisi di questi dati sembra quindi emergere un quadro di imprese regionali meno legate al maggior produttore nazionale.

12.7 Le imprese dell'Emilia Romagna e l'export

Le aziende della Regione risultano leggermente meno esportatrici rispetto al comparto nazionale, con il 29% delle imprese che non esporta per nulla (17,5% nel *cluster* nazionale) e nessuna impresa (tra le rispondenti) che possa definirsi 'grande esportatrice', ovvero in grado di ricavare dall'export oltre il 50% del proprio fatturato, contro il 15% sull'intero campione nazionale. Le ragioni di questo potrebbero avere origine nel fattore precedentemente descritto, ovvero la specializzazione in produzioni prevalentemente indirizzate ai segmenti premium e sport, per i quali proprio in Emilia Romagna hanno sede alcuni tra i più prestigiosi costruttori a livello mondiale.

In ogni caso, il dato positivo è che la larga maggioranza delle imprese regionali che esportano ha aumentato nell'ultimo anno la propria quota

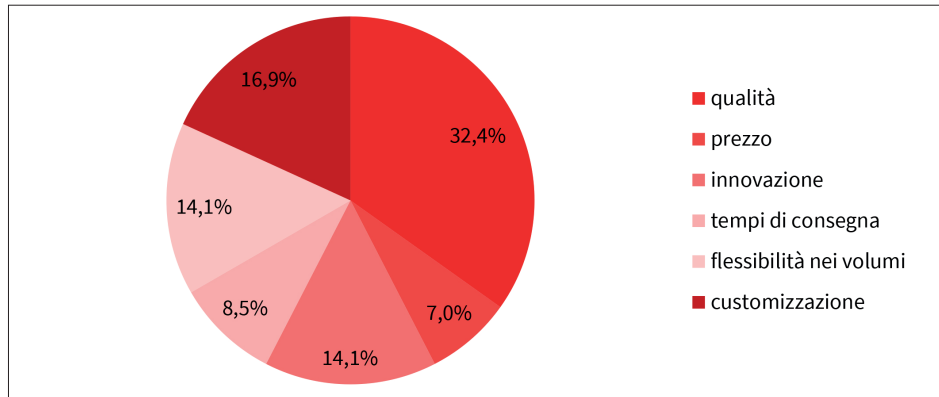
5 <http://www.regione.emilia-romagna.it/s3>.

di fatturato dovuta all'export. Questo fatturato estero viene realizzato per il 75% in Europa, per il 16% in America e per l'8% in Asia. Nei confronti dell'estero, forse anche per le dimensioni aziendali spesso contenute, le imprese della Regione sembrano avere limitate intenzioni di spostare la propria produzione fuori dall'Europa, sebbene non manchi l'interesse per Paesi quali gli USA, la Cina e l'India. Più rilevante appare invece l'interesse a migliorare la propria capacità di esportazione con investimenti mirati nei Paesi Europei, a cominciare da Germania, Francia, Spagna. In sostanza le imprese emiliane sembrano valutare di avere ancora significativi margini di miglioramento anche limitatamente alla sola Europa, considerato che il principale freno all'export viene visto nella limitata capacità di conoscere e intercettare i potenziali clienti.

12.8 La concorrenza

Per quanto riguarda il benchmark rispetto alla concorrenza, le imprese emiliane ritengono di potersi distinguere dai competitors soprattutto grazie alla qualità del prodotto (32,4%), alle caratteristiche innovative del prodotto stesso (14,1%), alla flessibilità dei volumi (14,1%) ed alla flessibilità nell'adattare il prodotto alle esigenze del cliente (16,9%).

Figura 94 Fattori di distinzione rispetto ai concorrenti. Dati Emilia Romagna



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

Questo modo di raffigurarsi è assolutamente in linea con il campione nazionale e ciò non deve stupire poiché qualità, flessibilità e innovazione sono le caratteristiche che da sempre contribuiscono a definire il cosiddetto 'made in Italy'. Tra questi dati, quello che sembra evidenziarsi rispetto all'intero campione nazionale è quello sull'innovatività del prodotto (10%

dato nazionale); questo aspetto è in linea sia con il tipo di mercato a cui le imprese emiliane si rivolgono preferibilmente (segmenti premium e sportcar) sia con i maggiori investimenti in ricerca e sviluppo (finanziari, di capitale umano) evidenziati precedentemente. Con queste premesse, non stupisce che le imprese emiliane individuino i principali concorrenti proprio all'interno del territorio regionale e nei Paesi dell'Europa occidentale, mentre meno rilevante, sebbene crescente, viene percepita la concorrenza asiatica.

12.9 Le relazioni e le collaborazioni con il resto del mondo industriale

Le dinamiche collaborative che emergono dalle risposte sono quelle tipiche di imprese di dimensione medio-piccola, che tendono ad instaurare collaborazioni interaziendali essenzialmente lungo la catena di fornitura e in particolare con i clienti. Queste collaborazioni si configurano per la gran parte delle imprese rispondenti come occasionali, o comunque indirizzate ad uno specifico e circoscritto obiettivo, che può essere di volta in volta l'ottimizzazione di un prodotto, la commercializzazione in uno specifico mercato, o, con maggiore frequenza, una sinergia per la riduzione dei costi di produzione. Le risposte al questionario sembrano quindi confermare che alcune dinamiche caratteristiche dei Paesi industriali più avanzati, quali la collaborazione sistematica con i gruppi di ricerca, la collaborazione tra concorrenti (la cosiddetta *coopetition*) o il finanziamento tramite forme di *private equity*, siano ancora lontane dal divenire pratica comune. Anche la formula della rete con altre imprese sembra meno apprezzata rispetto alla filiera nazionale, con una sola tra le imprese rispondenti che dichiara di aver aderito ad una rete di impresa nell'ultimo triennio. Quest'ultimo dato va in ogni caso pesato rispetto ad una realtà che vede l'Emilia Romagna con 1.509 reti d'impresa al terzo posto su scala nazionale per numero di reti attive (dietro Lombardia e Toscana), 10 delle quali riconducibili per imprese e obiettivi al settore automotive.⁶

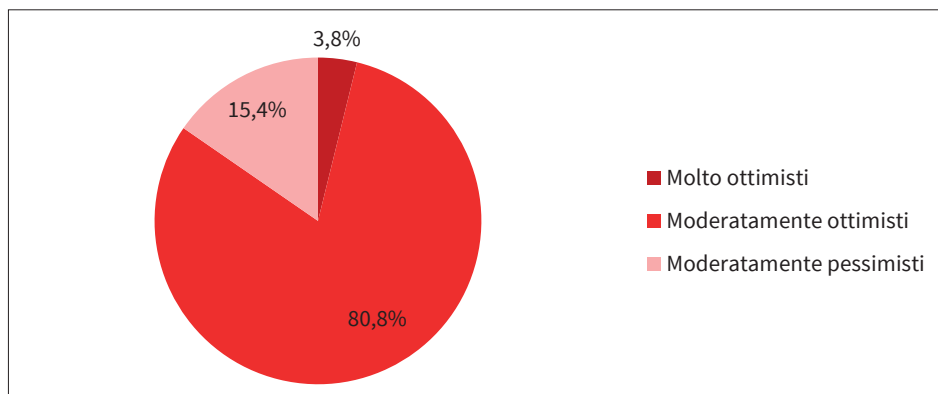
6 <http://contrattidirete.registroimprese.it/reti/>.

12.10 Quale futuro?

Per quanto riguarda infine le prospettive e la visione del futuro, le strategie di medio periodo (3-5 anni) sembrano concentrate soprattutto sulla ricerca di nuovi mercati (27% delle imprese), la riduzione dei costi (19%), l'internazionalizzazione (15%), mentre il 13,7% delle imprese pensa ad una diversificazione che consenta di aggredire nuovi mercati e solo il 2% ad intensificare l'attività di ricerca e sviluppo per rispondere alle esigenze della mobilità sostenibile. Anche in questo caso, emerge un quadro di imprese legate a logiche tradizionali, quadro che probabilmente rappresenta efficacemente la media delle imprese ma che forse non consente di apprezzare la vocazione all'innovazione continua che caratterizza le più significative imprese del territorio.

Come ultima annotazione, fa ben sperare il fatto che, per quanto riguarda le previsioni sull'andamento del 2016, ben l'80% delle imprese si dichiara almeno moderatamente ottimista, dando quindi la sensazione di un comparto industriale che vede il futuro in modo positivo pur senza ignorare le difficoltà e le sfide di un mercato le cui dinamiche sono sempre più condizionate e determinate da fattori globali.

Figura 95 Previsioni per l'2016. Dati Emilia Romagna



Fonte: Indagine Osservatorio sulla componentistica automotive italiana 2016

13 Gli sviluppi dell'industria e i fattori di competitività rilevanti

Anna Moretti e Francesco Zirpoli
(CAMI, Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Il più recente dibattito internazionale sull'industria automotive è concentrato sul cercare di cogliere quali siano le traiettorie tecnologiche che caratterizzeranno il futuro del settore, per comprendere sia gli eventuali cambiamenti dei business model dei *player* tradizionali, sia la riconfigurazione stessa dell'industria in termini di attori coinvolti. In particolare, le ipotesi maggiormente discusse riguardano il tradizionale dibattito sull'evoluzione dell'auto verso *powertrain* alternativi (con la realizzazione di nuovi modelli di auto *green* ed *eco-friendly*), il progressivo passaggio dal veicolo di proprietà allo *sharing*, e i più recenti temi dell'auto senza guidatore (*autonomous vehicle*) e dell'auto connessa (*connected vehicle*). Prevedere quali saranno le traiettorie tecnologiche dominanti negli anni futuri permetterebbe agli attori dell'industria di anticipare il cambiamento facendosi trovare preparati a competere sui nuovi fattori rilevanti per il mercato, acquisendo le risorse e le competenze necessarie a rimanere su un mercato guidato da nuove logiche di produzione e competizione. Tuttavia, in questo momento, sembra esserci molta incertezza rispetto a quali possano essere i trend che si potranno affermare, diventando la traiettoria tecnologica dominante per il futuro sviluppo del settore. In particolare, le previsioni relative all'imminente riconfigurazione del business model, che tenga conto del cambio del paradigma produttivo, e all'apertura di spazi di mercato per nuovi fornitori provenienti da altre industrie (principalmente fornitori di ICT), sembrano essere lontane dal quadro disegnato in questo rapporto dai dati industriali nazionali ed internazionali.

Le tendenze qui descritte, infatti, mostrano che il business tradizionale è caratterizzato da mutamenti quanto mai timidi verso un nuovo paradigma produttivo. Rispetto alla previsione della diminuzione del numero di veicoli venduti e circolanti, questa sembra dover attendere la maturità delle economie ora emergenti, che si dimostrano come un importante motore per l'aumento della domanda e della produzione di autoveicoli mondiale. Per quanto riguarda le auto a trazione alternativa, in particolare nell'ambito dell'elettrico, i veicoli attualmente venduti rimangono una quota molto limitata del parco circolante, il cui sviluppo in senso *green* sembra seguire soprattutto le politiche pubbliche di incentivazione all'acquisto. Il business tradizionale, quindi, più che protagonista di una rivoluzione, appare co-

me in procinto di cambiare fisionomia e geografia. La domanda mondiale di autoveicoli è aumentata, soprattutto grazie ai BRICs, che per il 2015 hanno contribuito per il 36% delle vendite mondiali (si veda il par. 3.1). La produzione mondiale di autoveicoli è aumentata nel suo complesso, ma a fronte di una redistribuzione della produzione tra aree geografiche: in calo, infatti, la produzione in Sud America e Unione Europea, in aumento l'area NAFTA e il continente asiatico. I primi produttori, sebbene vedano le proprie rispettive produzioni in calo rispetto all'anno precedente, sono Toyota group, Volkswagen group, e GM group.

Per quanto riguarda il tema dell'alimentazione alternativa, il dato globale per il 2015 è di poco meno di 500mila veicoli elettrici venduti nel mondo, quindi una quota di mercato che si attesta appena allo 0,6%. L'incidenza sul mercato totale di autoveicoli, quindi, mostra come attualmente l'auto ad alimentazione elettrica non sia già una realtà per il mercato mondiale, e il suo peso sia molto più contenuto rispetto a quanto lasci pensare il tenore del discorso mediatico sull'argomento. Anche negli USA, mercato che partecipa in modo molto attivo al dibattito sull'alimentazione elettrica per la presenza di Tesla Motors, il mercato dell'ibrido ed elettrico ha registrato una contrazione del -14%, mostrando quindi un rallentamento del trend di diffusione dei veicoli elettrici.

Considerando invece il mercato dell'alternativo nel suo complesso, dove vengono quindi ricomprese tutte le alimentazioni *eco-friendly* quali i veicoli alimentati a gpl, gas metano, ibridi, ed elettrici, l'area UE+EFTA nel 2015 ha registrato un aumento del 22% di immatricolazioni, per un totale di 640mila autoveicoli a trazione alternativa venduti (un contributo pari al solo 4,5% sul totale delle immatricolazioni del 2015), e l'Italia si è posizionata al primo posto per il numero di auto *eco-friendly* circolanti con il 33% sul totale.

Le considerazioni sull'evoluzione della domanda di motorizzazione e sulla diffusione reale degli autoveicoli ad alimentazione alternativa, molto più contenuta rispetto al sentire comune guidato dall'enfasi mediatica posta sull'argomento, suggeriscono l'importanza che i fornitori automotive e i *policy maker* pongano il giusto accento sulla rilevanza di queste previsioni di lungo periodo nella formulazione delle proprie politiche. Un'accorta valutazione dei dati e dei segnali presenti attualmente sul mercato suggerisce infatti che le dinamiche attualmente in atto siano ancora caratterizzate dall'incertezza sulla traiettoria tecnologica che potrà affermarsi come quella dominante per l'industria mondiale del futuro. Se alcuni segnali sembrano indicare chiaramente che la spinta dei *policy maker* verso le *smart cities* e paradigmi di mobilità sostenibile potranno difficilmente essere invertiti, come questi obiettivi saranno raggiunti dal punto di vista tecnologico è ancora poco chiaro. I forti investimenti che attori del mercato ICT come Google e Apple stanno facendo nell'ambito degli *autonomous vehicles* hanno portato a pensare all'auto senza guidatore come ad una

realtà che presto potrà cambiare il concetto stesso di mobilità. Tuttavia, nonostante questa sia una realtà dal punto di vista tecnologico, la realizzazione del contesto sociale, politico, e normativo necessario alla sua implementazione e reale applicazione ai sistemi di trasporto (urbano), è un tema che ancora non è stato affrontato, e la sua complessità induce a pensare che per il momento tale realtà sia ancora futuristica. Perciò, fin tanto che non emergerà una dinamica chiara dal punto di vista delle tecnologie e dei sistemi di mobilità, è verosimile aspettarsi che i *carmakers* e gli *original equipment services* (OES) adotteranno una certa prudenza nel dirottare risorse verso una determinata traiettoria tecnologica.

Se dal punto di vista delle traiettorie tecnologiche non vi è ancora chiarezza, le dinamiche geografiche e i fattori di competitività per il mercato attuale sembrano invece emergere in modo sufficientemente definito. In particolare, rispetto alla geografia di domanda e offerta mondiale, i poli di attrazione per lo sviluppo del mercato automotive rimangono il continente asiatico e i Paesi emergenti del Sud America, seguiti dall'area NAFTA per quanto riguarda la rilevanza dal punto di vista dell'offerta. Rispetto alle dinamiche Europee, i Paesi dell'Europa Occidentale rimangono il traino dell'industria, sia in termini di domanda, sia in termini di offerta.

Per i fornitori Italiani partecipanti all'edizione 2016 dell'Osservatorio, i principali *competitor* internazionali sono identificati con le imprese operanti nei Paesi dell'Europa Occidentale, seguiti dai produttori dei Paesi asiatici, mentre i bacini di interesse come mercati di sbocco rimangono l'Europa in modo preponderante (Germania, *in primis*, seguita da Francia e Polonia), e l'area NAFTA. Rispetto a questo dato, si registra un leggero disallineamento rispetto a quelli che sono i Paesi Europei più rilevanti in termini di produzione, che vede una classifica con al primo posto la Germania, seguita da Spagna, UK, Francia, Repubblica Ceca, e Slovacchia. In particolare rispetto a questi ultimi due Paesi, quindi, sembra che i fornitori Italiani potrebbero rivolgere le proprie attenzioni produttive con maggiore enfasi. I fattori di competitività per i fornitori automotive, quindi, a fronte di queste dinamiche geografiche, possono essere identificati con la capacità di esportare un prodotto competitivo dal punto di vista della qualità e del contenuto innovativo, offrendo ai clienti flessibilità nei processi di ingegnerizzazione e design, e nei processi di produzione.

Il quadro dell'industria Italiana che emerge dall'Osservatorio è quello di un settore in ripresa ed espansione rispetto agli anni della recessione, sebbene ancora molto al di sotto dei valori pre-crisi. Tuttavia, un segnale importante è proprio legato alla capacità dei fornitori di rispondere non solo alle esigenze del *carmaker* 'nazionale', ma anche e in modo crescente a quelle dei clienti internazionali. Il 75% del campione, infatti, esporta principalmente verso l'area EMEA, anche se vi sono esempi di relazioni con clienti dell'area NAFTA, dell'APAC e del LATAM. I principali fattori che vengono identificati come fattori frenanti sono legati alla costruzione

del portfolio clienti esteri e al reperimento di risorse informative e finanziarie per intraprendere lo sviluppo del commercio verso Paesi esteri. Tale debolezza del settore sembra essere in parte motivata dalla difficoltà incontrata dai fornitori Italiani nella creazione di reti di collaborazione tra imprese appartenenti alla filiera, che potrebbero costituire un importante elemento di facilitazione del processo di internazionalizzazione. Tale criticità emerge in modo ancora più chiaro nell'ambito dei processi di innovazione. Le imprese Italiane, infatti, dichiarano di sviluppare principalmente progetti di ricerca e sviluppo *in-house*, ricorrendo solo in pochi casi all'acquisizione di risorse esterne, soprattutto attivando collaborazioni tra imprese o con altre istituzioni. La carenza di risorse formate e impiegate nell'ambito della ricerca e sviluppo, se non inserita in un contesto di accesso a risorse e competenze esterne, diventa un importante elemento di debolezza delle imprese, che quindi presentano una capacità limitata di innovare e una ridottissima attività di brevettazione. I fornitori descrivono la propria attività di collaborazione principale quella con i propri clienti, che risulta essere in modo prevalente orientata al contenimento dei costi di produzione.

È necessario sottolineare come la situazione dei fornitori Italiani sul fronte degli investimenti in innovazione sia descritta dai dati come assolutamente arretrata rispetto a quella delle imprese tedesche, loro principali competitor. Il confronto con i dati CIS dell'ultima edizione disponibile sul portale di Eurostat (2012¹), sottolinea come le imprese automotive abbiano una percentuale di impiegati in possesso di diploma di laurea largamente al di sotto di quelle tedesche. Tra le imprese classificate come innovative (che abbiano portato avanti progetti di innovazione indistintamente di prodotto o di processo), infatti, la percentuale di imprese tedesche con nessun impiegato laureato è pari al 9,4%, mentre per le imprese italiane tale dato ammonta al 56%. Le imprese tedesche, per contro, si dividono tra chi impiega una percentuale di personale laureato che varia tra i 10 e i 50 punti percentuali (il 46,8% di imprese), e chi impiega tra l'1 e il 10% di personale laureato (42,5% di rispondenti). Una quota marginale dell'1,2% impiega più del 50% di personale laureato. Il 18% dei fornitori italiani, invece, impiega fino al 10% di personale laureato, mentre il 23,1% ha tra il 10 e il 50% di personale in possesso di diploma di laurea. Confrontando i dati Italiani della CIS 2012 con i risultati dell'Osservatorio 2016, emerge come vi sia stato un miglioramento delle condizioni degli investimenti in risorse umane impiegate in progetti di innovazione, con percentuali leggermente superiori, in media, di personale laureato impiegato in azienda. Tuttavia, gli investimenti appaiono ancora troppo contenuti, soprattutto

1 Dati accessibili dal portale Eurostat: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/community-innovation-survey> (ultima consultazione: 2016-11-08).

nell'ottica secondo la quale i processi di innovazione saranno uno dei principali fattori di competitività per il prossimo futuro.

Sembra dunque emergere un disallineamento tra i fattori necessari per rimanere competitivi sul mercato e gli orientamenti strategici delle imprese italiane: se la qualità del prodotto offerto è legata all'innovazione tecnologica, così come l'innovazione di processo può risultare necessaria per il raggiungimento della flessibilità dei processi produttivi, lo sviluppo di progetti di R&S ha carattere prioritario per i fornitori. Stanti le difficoltà di accedere a risorse e competenze da un lato, e a risorse finanziarie dall'altro, lo sviluppo di una fitta rete di collaborazioni tra imprese per la compartecipazione a progetti di innovazione di prodotto e di processo sembra rappresentare l'opzione strategica in grado di offrire maggiori opportunità, soprattutto perché ancora marginalmente perseguita. Tale percorso di sviluppo, guidato dalle relazioni inter-organizzative, potrebbe offrire alle imprese maggiori opportunità di internazionalizzazione, sia per l'aumento della propria competitività rispetto ai prodotti offerti, sia per l'accesso al cosiddetto 'capitale sociale' dei partner, che potrebbero favorire l'accesso a mercati internazionali laddove siano già in essere precedenti relazioni commerciali.

L'industria automotive rappresenta uno dei settori cruciali per l'economia italiana ed europea. La competitività delle imprese automotive e dell'intero comparto dipende dalla capacità dei principali *player* nazionali di stare sul mercato secondo le nuove regole del gioco, interpretando correttamente i fattori chiave sui quali si giocheranno le dinamiche competitive nel futuro dell'industria. Al contempo, l'efficacia delle politiche pubbliche promosse a livello nazionale e comunitario dipende largamente dalla capacità dei *policy makers* di comprendere le dinamiche settoriali e di interpretare correttamente i trend in atto che caratterizzeranno il futuro delle imprese automotive. Con questo obiettivo è stato scritto il presente volume ed è stata sviluppata l'edizione 2016 dell'*Osservatorio sulla componentistica automotive italiana*. L'indagine e l'analisi dei suoi risultati, inquadrati nel contesto globale attraverso la presentazione dei dati disponibili sull'industria mondiale, hanno lo scopo di informare i principali operatori pubblici e privati dell'industria, così come gli studiosi del settore. Il presente volume tenta dunque di offrire un quadro sulla componentistica automotive Italiana, approfondendo le dinamiche dell'industria rispetto all'attenzione alle nuove tendenze tecnologiche, all'innovazione dei *business model*, ai fattori rilevanti per la competitività, e all'articolazione della geografia della concorrenza.



Università
Ca'Foscari
Venezia

