

---

## PMI INDOTTO AUTO

### CRISI FIAT SUPERATA IN TRE MOSSE LE INDICAZIONI DI UNA INDAGINE API TORINO, CNA TORINO E IRES PIEMONTE

Le **Piccole e Medie Imprese dell'indotto auto** collegato **alla Fiat** hanno dimostrato, in questi ultimi anni, importanti capacità di resistere alle difficoltà attraverso la diversificazione, l'internazionalizzazione e i processi di innovazione produttiva e gestionale: adesso, si trovano nelle condizioni di poter sfruttare la **ripresa del mercato**. E' una delle conclusioni generali a cui è possibile arrivare sulla base di una ricerca promossa da API Torino, CNA Torino ed IRES Piemonte che è stata presentata oggi. L'indagine si è proposta di verificare come le imprese piemontesi della **componentistica auto**, nello specifico quelle di piccola-media dimensione, avessero reagito alla forte crisi di Fiat Auto e come si fossero trasformate. Il lavoro è stato compiuto su 300 aziende fino a 250 addetti, prevalentemente del secondo e terzo livello della fornitura.

#### Ecco i principali risultati.

Se la crisi è stata molto intensa per Fiat Auto, e per Mirafiori in particolare, le imprese della componentistica hanno dimostrato una notevole capacità di reazione di cui un indicatore è **l'andamento dell'occupazione**. Tenendo conto di tutti gli stabilimenti delle aziende coinvolte, anche quelli al di fuori del Piemonte, nel periodo in questione l'occupazione è aumentata del 2,2%. Se, invece, si considerano solo le imprese e gli stabilimenti localizzati in Piemonte l'occupazione è diminuita del 5,7%. Questi anni sono stati quindi critici soprattutto per gli stabilimenti piemontesi: la strategia perseguita è stata quella di ridurre gli addetti in Piemonte, a seguito della crisi Fiat, per aumentarla in altre aree del Paese, con stabilimenti meno dipendenti da Fiat. In ogni caso, pur considerando il dato negativo, rimane il fatto che il calo registrato è stato nettamente inferiore a quello relativo agli stabilimenti Fiat Auto in Piemonte (dagli oltre 28.000 addetti del 2000 ai poco meno di 17.000 del 2006).

Che cosa ha determinato questo risultato?

Sostanzialmente **tre condizioni**.

- Prima di tutto la **capacità di diversificazione** dei settori e dei mercati automotive operata sia in precedenza della crisi di Fiat che

durante la stessa. La diversificazione al di fuori dell'automotive è poco oltre il 25% del fatturato totale. I cambiamenti maggiori sono invece intervenuti all'interno dell'automotive, soprattutto il calo della dipendenza da Fiat Auto che, infatti, passa dal 35% al 27,8% in media. Tale calo è totalmente recuperato con vendite alle altre case auto, la cui quota nel 2006 ha lo stesso valore di quello di Fiat. È la dimostrazione sia della specificità settoriale delle competenze maturate, sia del livello qualitativo raggiunto da queste imprese, tale da permettere loro di diversificare la clientela all'interno del mercato automotive e, in particolare, verso il primo montaggio.

- Il secondo fattore di sostegno alla tenuta del settore è l'**internazionalizzazione delle imprese**. Sono circa un terzo le aziende che esportano e l'incidenza delle vendite all'estero sul fatturato è passata dal 28,6% al 34%. La crescita del fatturato esportato è stata maggiore per le imprese piccole e medie, che però partivano da quote più basse delle micro imprese. L'importanza di questa variabile viene meglio evidenziata se si incrocia la dinamica delle esportazioni con un indicatore di "performance". Sulla base di questo incrocio, è stato possibile individuare varie situazioni:
  - le imprese "in crisi" hanno ridotto le esportazioni di circa un terzo e il fatturato del 19%;
  - le imprese "in rallentamento" invece hanno avuto un forte calo in termini di fatturato (-22%), accusando probabilmente più delle altre il calo della domanda interna dovuto alla crisi Fiat, ma hanno tenuto sul fronte estero (-4%);
  - le imprese in "forte crescita" hanno mostrato in modo ancor più evidente che sono proprio le esportazioni a rappresentare la migliore forma di sviluppo per il comparto della componentistica: ad una crescita consistente del fatturato (46%) si affianca infatti una vera esplosione delle esportazioni (137%). La capacità di aumentare il proprio export è però prevalentemente collegata alla precedente esperienza esportativa: le imprese che sono cresciute di più, sia in termini di fatturato assoluto (61%) sia di fatturato automotive (43,7%), sono quelle che esportano tra il 25 e il 50% del fatturato, seguite da quelle della classe 50-75% (26% per entrambe le variabili).

Ma l'internazionalizzazione delle imprese riguarda, anche se in misura molto limitata (solo 13 aziende, infatti, possiedono stabilimenti all'estero), la strategia degli investimenti esteri diretti che si è realizzata lungo due differenti linee: da un lato, secondo la logica del "seguire il cliente" che ha già delocalizzato, dall'altro secondo la logica della delocalizzazione per sfruttare le opportunità che offrono soprattutto i Paesi emergenti. E' emerso che la prima linea di delocalizzazione è stata prevalente in passato, ed è legata quasi esclusivamente alle logiche delocalizzative di Fiat. Chi, invece, ha fatto investimenti esteri diretti nel periodo 2000-2005, lo ha fatto in misura maggiore per essere presente nei mercati emergenti, o per seguire clienti "non Fiat".

- Il terzo fattore di competitività riguarda le **strategie innovative** perseguite dalle imprese e fondate, in questi anni, soprattutto su

investimenti in macchinari e impianti e, in secondo luogo, in tecnologia informatica, essenzialmente con l'obiettivo di aumentare la propria efficienza produttiva come condizione di sopravvivenza.

Gli investimenti in impianti e macchinari hanno seguito due linee: da un lato, l'aggiornamento degli impianti, anche per conseguire più elevati livelli di qualità; dall'altro, investimenti in tecnologie innovative rispetto a prodotti dati, anche con investimenti in ricerca. Decisamente ridotto è stato invece l'investimento in prodotti nuovi o innovativi in quanto solo l'11% delle imprese ha dichiarato di aver introdotto un prodotto nuovo e il 7% di averne innovato uno preesistente.

Parrebbe, inoltre, che durante gli anni della crisi Fiat la strategia dominante sia stata quella di puntare all'aumento dell'efficienza interna, in particolare attraverso la riduzione dei costi, mentre, per il futuro, l'attenzione si sposta verso interventi volti a migliorare la presenza sui mercati, eppure una strategia a due tempi: prima si migliorano le condizioni di sopravvivenza e poi si punta a nuovi mercati. Gli strumenti di politica industriale utilizzati sono fortemente collegati alle strategie sopra indicate: del 50% delle imprese che vi ha fatto ricorso (in particolare di dimensione piccola e media) il 60% dichiara di aver utilizzato incentivi per investimenti e innovazione ed un altro 20% quelli previsti per la formazione. È evidente quindi come problemi informativi e organizzativi limitino fortemente l'utilizzo di strumenti di politica industriale da parte delle micro imprese; per quest'ultime, però, la decisione di non ricorrere agli interventi dipende anche dal fatto che a volte l'ammontare di investimento da effettuare è così basso che i costi (ad esempio i consulenti) per poter accedere agli interventi stessi si dimostrano troppo elevati. I due strumenti specifici per il settore - "Consolidamento attività" e "Progetto Dall'idea all'auto" - risultano essere stati poco utilizzati e, dove lo sono, prevalentemente da parte delle medie imprese.

Relativamente agli strumenti di politica industriale da utilizzare in futuro, le risposte hanno sostanzialmente riconfermato gli interventi utilizzati evidenziando, però, la ridotta percezione della necessità di una struttura di *governance* del settore a livello locale, sintetizzabile in una Agenzia per lo sviluppo del settore.