

TRA CRISI FIAT E MERCATI MONDIALI. NOTE SULLA RECENTE EVOLUZIONE
DEL POLO AUTOMOTIVE TORINESE

Roberto CULLINO¹ e Cristina FABRIZI¹

¹ Banca d'Italia, Nucleo per la Ricerca Economica - Sede di Torino, Via Arsenale, 8, 10121 Torino.

SOMMARIO

Nello scorso decennio, in un quadro di crescente competizione internazionale, i maggiori produttori di auto hanno adottato strategie di riduzione del grado di integrazione verticale e di razionalizzazione della rete dei fornitori. Ne sono derivate, tra l'altro, una riorganizzazione della filiera secondo linee gerarchiche e una forte contrazione del numero di fornitori; le relazioni tra case auto e componentisti sono divenute maggiormente cooperative, basate in molti casi sulla condivisione di compiti di ricerca, progettazione e sviluppo, con orizzonti temporali di medio e lungo periodo. In Piemonte, regione nella quale rimane elevata la specializzazione nelle attività del settore degli autoveicoli, il comparto della componentistica auto ha conosciuto trasformazioni analoghe: il numero di fornitori si è notevolmente ridotto; numerose imprese, soprattutto di medie e grandi dimensioni, hanno attuato processi di diversificazione dei rapporti di committenza e di riposizionamento strategico nei mercati internazionali. Secondo i risultati di questo lavoro, basato - oltre che sui dati macroeconomici disponibili - sulle informazioni relative ai bilanci di oltre 300 imprese piemontesi del comparto tratte dalla Centrale dei Bilanci e dalla Cerved, tali strategie sarebbero state nel complesso efficaci; la capacità competitiva nella media del comparto si sarebbe accresciuta.

Il contenuto di questo articolo riflette esclusivamente le opinioni degli autori e non intende rappresentare posizioni ufficiali della Banca d'Italia. I paragrafi 1-5 sono attribuibili a Roberto Cullino, il paragrafo 6 a Cristina Fabrizi.

1 RECENTE EVOLUZIONE DEL SETTORE DELL'AUTO

Agli inizi del nuovo secolo l'industria automobilistica nei paesi industrialmente avanzati continua a caratterizzarsi per la coesistenza di tratti caratteristici di un settore maturo, nel quale il prezzo di vendita e quindi i costi di produzione costituiscono variabili competitive cruciali, e, d'altro lato, di elementi propri di prodotti in fasi relativamente iniziali del ciclo di vita. In letteratura si è affermata così una concezione del settore dell'auto come *neo-infant industry*. Nei paesi avanzati i mercati hanno raggiunto o sono prossimi alla saturazione. La domanda è orientata prevalentemente verso l'acquisto di "sostituzione"; i modelli devono essere rinnovati con elevata frequenza, incorporano innovazioni tecnologiche, devono essere di qualità crescente. Perdono di importanza i fattori di competizione "primari", come la cilindrata, il tipo di motore, l'affidabilità, che sino a pochi decenni fa avevano differenziato tra loro le case automobilistiche. Acquistano rilievo gli elementi di differenziazione "secondari", come le caratteristiche funzionali, estetiche, di sicurezza, ecologiche (Camuffo e Volpato, 1997). Dal punto di vista tecnologico assume crescente rilevanza l'innovazione di prodotto.

Rispetto all'inizio degli anni novanta, l'industria dell'auto risulta oggi più concentrata; la concezione del "prodotto-auto" ha avuto ulteriori ridefinizioni; l'organizzazione produttiva ha subito profondi mutamenti, estesi alle imprese della componentistica. Tra il 1980 e il 2001 il numero di produttori indipendenti è sceso complessivamente da 30 a 10; in Europa da 19 a 6 (Jürgens, 2002). Ciò nonostante, sembra permanere un eccesso di capacità produttiva, stimato nell'ordine del 25 per cento. La concorrenza rimane pertanto elevata e, alla luce della intensa riorganizzazione dell'intera filiera, non investe i soli produttori finali, ma le rispettive "reti" di fornitura. I margini di profitto sono relativamente contenuti in rapporto ad altri settori e dipendono in misura cruciale dal grado di utilizzo della capacità produttiva. In tale contesto competitivo le strategie perseguite dai più importanti produttori finali possono essere ricondotte a quattro tipologie principali. In primo luogo, si persegue l'obiettivo di una crescente differenziazione del prodotto, già in atto sin dagli anni settanta; essa comporta una crescita continua del numero di modelli prodotti da ciascuna casa, mentre i volumi corrispondenti a ciascun modello tendono a diminuire; ne deriva un aumento del numero di segmenti nei quali può essere classificato il mercato: secondo l'ufficio marketing di Volkswagen, tale numero sarebbe cresciuto da 9 nel 1987 a 30 nel 2000 (Jürgens, 2002). In secondo luogo si tende al progressivo accorciamento del cosiddetto *time to market* (il tempo che intercorre tra l'avvio di un progetto e il lancio del nuovo modello sul mercato), che sarebbe sceso in Europa da 5-6 anni a 2-3 anni; i relativi oneri, in termini di investimenti in ricerca, di costi di progettazione, sviluppo e industrializzazione vengono condivisi dai produttori con i componentisti, che sono chiamati in taluni casi a partecipare anche al rischio

di prodotto. Ne deriva la necessità di una crescente integrazione tra produttori finali e fornitori, almeno quelli di primo livello, e tra i componentisti che si trovano ai diversi livelli della catena della fornitura. All'esigenza di costante differenziazione dei prodotti continua ad accompagnarsi, in presenza di condizioni di sovracapacità produttiva, la necessità di riduzione dei costi. Anche nel perseguimento di tale obiettivo i fornitori sono chiamati a contribuire in misura rilevante. Infine, l'innovazione tecnologica continua a essere un fattore critico di successo, che costringe i produttori finali e, a valle, i fornitori, specie quelli di grandi dimensioni, a elevati investimenti in ricerca e sviluppo. Ciò rende il settore automobilistico uno dei comparti dell'economia a più alta intensità di spesa in R&S: in Germania si stima che esso contribuisca a oltre il 25 per cento della spesa sostenuta complessivamente dal settore privato.

La domanda di autovetture, misurata dalle immatricolazioni di prodotti nuovi, è cresciuta nella seconda metà degli anni novanta a ritmi elevati; l'espansione è stata sostenuta anche nei mercati delle economie più avanzate, nei quali prevalente è l'acquisto di mera sostituzione.

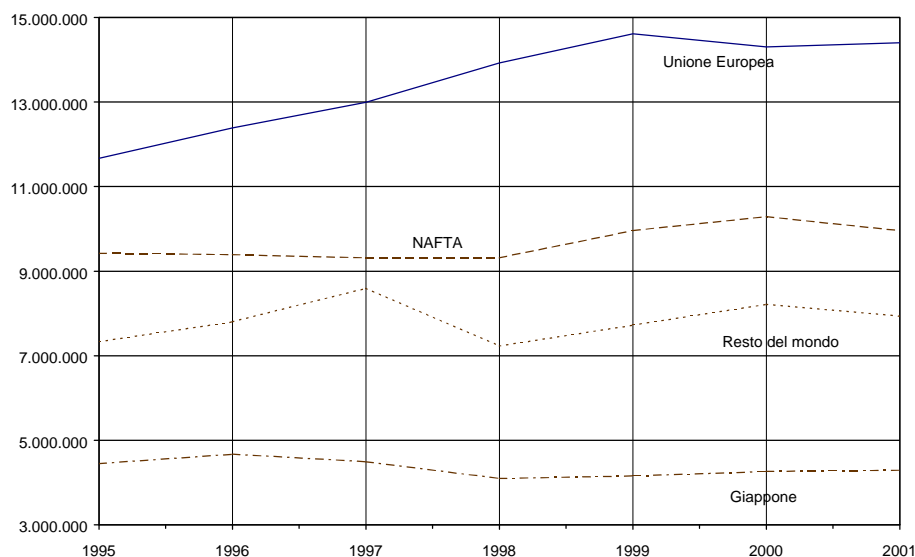


Figura 1 Immatricolazioni di autovetture nel mondo, per area (unità). Fonte: elaborazioni su dati ANFIA.

Nel periodo 1996-2001 la domanda mondiale di autovetture, in base ai dati dell'Anfia, è aumentata complessivamente del 6,8 per cento. La crescita è stata trainata dai mercati europei e, in particolare da quelli della UE (16,3 per cento), che rappresentavano nel 2001 poco meno del 40 per cento della domanda totale; più contenuta è stata la crescita nell'area del NAFTA (Stati Uniti, Canada e Messico), pari al 6,0 per cento; per contro, in Giappone le immatricolazioni sono calate dell'8,1 per cento. Nel complesso dei paesi dell'Europa occidentale, del Nord America e del Giappone, che in prima approssimazione costituiscono l'area economicamente più avanzata, la domanda è aumentata del 6,6 per cento (9,7 escludendo il Giappone); più sostenuta è stata l'espansione del resto del mondo (7,8 per cento). L'attività produttiva a livello mondiale è aumentata nel periodo 1996-2001 a un tasso

medio annuo dell'1,5 per cento, in accelerazione rispetto ai primi anni novanta (fig. 2). La produzione è cresciuta in misura maggiore nei paesi europei (1,9 per cento), nei quali si concentrava nel 2001 oltre il 37 per cento dell'attività complessiva. Vi ha contribuito la forte espansione della produzione in Francia (7,3 per cento), Germania e Spagna (2,6 e 2,2 per cento, rispettivamente); per contro Italia e Regno Unito hanno fatto registrare un calo dell'attività (-0,6 e -2,0 per cento, rispettivamente). Nel Nord America l'attività si è ridotta del 2,9 per cento, mentre aumenti contenuti si rilevano in Giappone (0,5 per cento) e Brasile (0,4 per cento). In Corea del Sud il tasso medio annuo si è riportato su livelli prossimi a quelli degli altri paesi dopo il boom del quindicennio precedente.

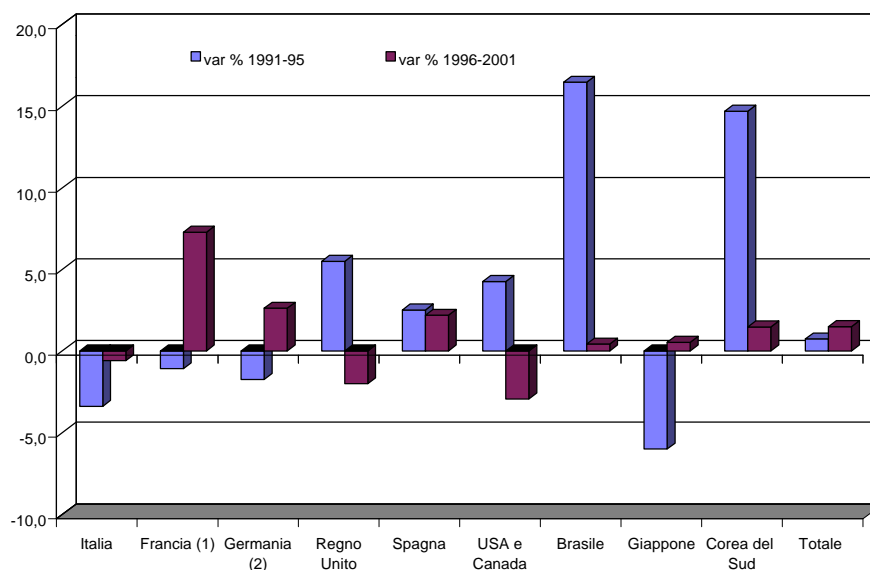


Figura 2 Produzione di autovetture, per paese produttore (tassi medi annui di crescita). Fonte: elaborazioni su dati ANFIA. (1) Dal 1996 i dati di produzione sono riferiti alle unità complete (CBU). Pertanto essi non sono comparabili con quelli degli anni precedenti. – (2) Dal 1991 i dati si riferiscono alla Germania unita.

2 LA COMPONENTISTICA AUTO NEL NUOVO SCENARIO COMPETITIVO

Nell'analisi e nell'interpretazione della recente evoluzione della filiera dell'auto ci pare opportuno fare riferimento a una concezione dell'impresa di tipo "contrattuale"; l'impresa viene vista cioè non come insieme di unità produttive coordinate al fine di sfruttare le economie di scala e di scopo (concezione "tecnologica"), ma come il risultato di un accordo contrattuale di lungo periodo tra le sue componenti, legate fra loro da relazioni del tipo "acquirente-fornitore". In particolare, si può fare riferimento alla teoria dei rischi degli scambi idiosincratici in un contratto di lungo periodo (Williamson, 1989) per analizzare i processi di integrazione e di deverticalizzazione della grande impresa automobilistica e l'evoluzione dei rapporti tra questa e i fornitori.

La teoria dei rischi degli scambi idiosincratici in un contratto di lungo periodo, infatti, affronta tipicamente situazioni di rapporti acquirente-fornitori caratterizzati da lunga durata e da *asset-specificity*: elemento caratterizzante di tali relazioni è l'effettuazione di investimenti specifici irrecuperabili (in capitale fisico, eventualmente localizzato all'estero, o in capitale umano) e quindi l'esistenza di *sunk cost*. La specificità degli investimenti determina la formazione di una "quasi-rendita", potenzialmente appropriabile da ciascuno dei due contraenti, misurata dalla differenza tra il valore dell'uso di tali asset nell'impiego attuale e il valore che gli stessi asset avrebbero se fossero impiegati nel migliore modo alternativo: Monteverde e Teece, in uno studio del 1982 sull'industria automobilistica, misurano tale rendita come costo della conversione del capitale specifico verso l'impiego migliore alternativo. Emerge così un problema di *hold up*, connesso alla possibilità che ciascuno dei due contraenti ponga in essere comportamenti opportunistici per appropriarsi dell'intera rendita: il fornitore, in caso di recesso dell'acquirente, può trovarsi senza clienti data la specificità del prodotto offerto; viceversa il produttore può essere privo di soluzioni alternative nel caso in cui i prodotti del fornitore non siano soddisfacenti.

Nelle ipotesi di razionalità limitata e di asimmetrie informative la situazione descritta richiede l'elaborazione di contratti tra i due contraenti (la soluzione di "mercato") e questi devono essere tanto più dettagliati quanto più lunga è la durata dei rapporti da regolamentare e quanto maggiore è il grado di *asset-specificity*. Ciò determina l'insorgere di costi di transazione, derivanti dai costi di negoziazione, di verifica del rispetto dei contratti e di *enforcement* (per obbligare la controparte al rispetto delle proprie obbligazioni). La soluzione alternativa è costituita dall'integrazione verticale (la soluzione "gerarchica") e dall'allargamento dei "confini dell'impresa": essa consente di eliminare i costi di transazione, ma determina l'insorgere di altri costi, connessi all'esigenza di coordinare unità economiche complesse e alle "distorsioni burocratiche" che vi si accompagnano (Perry, 1989).

In linea generale, la scelta tra "gerarchia" e "mercato" sembra dipendere principalmente dal confronto tra i costi di transazione e quelli di coordinamento e quindi dall'efficienza dell'impresa integrata verticalmente. I costi di transazione appaiono correlati al grado di specificità del capitale investito. Nel trade-off tra costi di transazione e costi di coordinamento sono presenti anche i problemi relativi alla "reputazione" dei contraenti e al rischio di perdite di opportunità future di scambio (Williamson, 1989). L'esigenza di preservare la reputazione ridurrebbe i costi di transazione, favorendo scelte di mercato. La scelta tra gerarchia e mercato può essere influenzata anche dalla particolare fase di sviluppo tecnologico propria di un'industria. Ad esempio, Lombardi (1997) dimostra come i "confini dell'impresa" possano mutare in relazione ai processi di formazione e distribuzione delle conoscenze e all'intensità dello sviluppo tecnologico. Tali processi determinerebbero l'aggregazione o la scomposizione delle unità economiche e delle fasi produttive di cui si compone l'impresa: così nelle fasi di cambiamento tecnologico "incrementale", lo sviluppo è legato al "sapere codificato e

ripetibile” e prevale l’esigenza di stretta integrazione tra le diverse fasi del processo produttivo; per contro, nelle fasi di “discontinuità tecnologiche” la velocità di reperimento e di elaborazione di nuove informazioni, possedute da una molteplicità di fonti, fa premio sul “sapere accumulato”; ne deriva un allentamento dei vincoli tra le fasi del processo e tra le unità dell’impresa e lo sviluppo di strutture “orizzontali” e di rapporti di tipo contrattuale.

Nello scenario competitivo abbozzato nel paragrafo precedente le case automobilistiche hanno perseguito tutte nell’ultimo decennio una strategia di deverticalizzazione e, insieme, di razionalizzazione della rete dei fornitori.

La scelta di riduzione dei “confini dell’impresa” e di esternalizzazione è riconducibile principalmente all’esigenza di perseguire contemporaneamente due obiettivi apparentemente inconciliabili: quello di una crescente differenziazione dei modelli e quello di una costante riduzione di costi. Ne è derivata un’evoluzione del concetto stesso di automobile, da “insieme” di componenti a “insieme di sistemi” di componenti complessi (per esempio, il sistema frenante e il sistema di trasmissione) o insieme di “moduli” (Camera di Commercio, Industria, Artigianato, Agricoltura di Torino, 1998). Ognuno di tali sistemi costituisce un prodotto finito, formato da numerosi pezzi comuni a più modelli, assemblati tuttavia secondo modalità differenti, e da un certo numero di pezzi particolari per ogni specifico modello. Con tale modalità di assemblaggio flessibile diviene possibile risolvere in qualche misura il trade-off tra le economie di scala e gli elevati livelli di efficienza che vi si associano, da un lato, e la differenziazione e la personalizzazione del prodotto, dall’altro. I sistemi di componenti, incorporano soluzioni innovative spesso di avanguardia e in generale presentano un elevato contenuto tecnologico e di specializzazione; devono essere progettati secondo una visione unitaria ed essere caratterizzati da livelli standard di qualità. In presenza di tale evoluzione del concetto di auto, l’esternalizzazione di intere fasi del processo produttivo consente alle case auto di ridurre i costi, in particolare quelli di struttura, di recuperare flessibilità (anche nella gestione delle risorse umane) e di concentrarsi sulle fasi della ricerca e della progettazione, a monte, e della distribuzione, vendita e servizi post-vendita, a valle. D’altro lato, la necessità di disporre di sistemi di componenti tecnologicamente complessi a costi relativamente contenuti spinge ad affidare la relativa realizzazione a grandi imprese della componentistica sulle quali vengono scaricati gli oneri del perseguimento delle economie di scala, dell’effettuazione degli ingenti investimenti necessari per mantenere i prodotti sulla frontiera tecnologica e del coordinamento dell’attività svolta a valle dai sub-fornitori, incaricati della realizzazione dei singoli componenti o semilavorati.

Le maggiori case auto avviano così, a partire dagli anni ottanta, processi di drastica selezione dei fornitori, che si intensificano nel decennio successivo. La selezione è basata non solo sui prezzi praticati dai componentisti, ma sulle capacità tecnologiche e di progetto, sulla propensione all’innovazione, sull’affidabilità, sulla puntualità delle consegne (per garantire il rispetto dei paradigmi del *just in time*); a tale processo si accompagna lo sforzo delle case auto

volto a favorire e “guidare” la crescita dei fornitori sopravvissuti alla selezione, dei quali viene stimolata anche la propensione a lavorare con altri produttori finali.

Ne deriva un’intensificazione e un “inspessimento” dei rapporti tra case auto e fornitori, in particolare di quelli che producono sistemi (cosiddetti fornitori di primo livello), e un ampliamento dell’orizzonte temporale di tali rapporti. Tende ad affermarsi un modello “cooperativo” o “risolto”, per dirla *à la* Lamming (citato in Camuffo e Volpato, 1997), contrassegnato dalla ricerca della qualità per i sistemi completi di componenti e fondato su un maggiore coinvolgimento dei fornitori, almeno di quelli principali, nelle attività di ricerca e sviluppo e di progettazione, sull’impostazione di rapporti di lungo periodo e sulla stipulazione di contratti di commessa di lunga durata. Gli scambi informativi tra produttore e fornitore divengono più frequenti e qualitativamente più intensi, il produttore tende ad assumere una funzione di coordinamento di un insieme complesso di sistemi di produzione e può così deverticalizzare la propria struttura produttiva. Il processo si realizza gradualmente nei due ultimi decenni del secolo scorso; sino alla fine degli anni ottanta il modello di relazioni, pur incorporando elementi cooperativi e volti alla ricerca della qualità, è basato ancora sulla logica “fordista” della produzione di massa e del controllo dei costi di approvvigionamento.

Negli anni novanta, le relazioni tra le case automobilistiche e i fornitori evolvono verso un modello maggiormente orientato a una partnership di tipo “strategico”. La persistente pressione alla riduzione dei costi induce un’ulteriore concentrazione dei fornitori, in particolare di quelli incaricati di produrre i sistemi di componenti; nel contempo, la ricerca della qualità e di un elevato tasso di innovazione del prodotto richiede un più intenso e continuo scambio informativo tra il produttore e i fornitori, una stretta cooperazione nelle fasi di progettazione e di design e, insieme, una maggiore autonomia progettuale dei fornitori; i cospicui investimenti in ricerca e sviluppo e gli elevati *sunk cost* cui va incontro un fornitore di sistemi richiedono, d’altro lato, rapporti contrattuali di lungo periodo. Tali rapporti si fondano in misura crescente su meccanismi di delega: i fornitori producono in “auto-certificazione”, eliminando la necessità di collaudi e controlli all’ingresso nel ciclo finale di assemblaggio, che ostacolerebbero la continuità e la tempestività dei flussi *just in time*.

3 LINEE DI EVOLUZIONE NEI PROSSIMI ANNI

I fattori indicati delineano così il modello di relazioni produttore-fornitori che caratterizza gli anni in corso, definito da Lamming “subfornitura snella” (Camuffo e Volpato, 1997). I suoi elementi distintivi sono: la riduzione del numero dei fornitori principali, incaricati di fornire i sistemi di componenti, costituiti da imprese di grandi dimensioni, dotate di elevata capacità e autonomia progettuale, in grado di integrare tecnologie diverse (meccaniche, elettriche, elettroniche, ecc.); la strutturazione della filiera automobilistica su più livelli secondo una visione piramidale, con al vertice la casa auto, al di sotto i fornitori di sistemi (i cosiddetti

fornitori di primo livello) che, a loro volta, coordinano l'attività di fornitori posti ai livelli inferiori, incaricati di fornire specifiche tecnologie o di produrre singoli componenti o parti di componenti; le relazioni di forte collaborazione sia di tipo verticale tra i diversi livelli della piramide, che di tipo orizzontale tra i fornitori; la presenza su più mercati, richiesta dalla globalizzazione dell'industria automobilistica.

Si stima (Bardi, 2002) che nel 2000 la quota di attività produttiva esternalizzata dai produttori fosse intorno al 65 per cento; essa raggiungerebbe nel 2010 il 75 per cento. Ben più elevata, pur se in flessione, rimarrebbe la quota mantenuta all'interno della casa auto nel caso delle attività relative allo sviluppo del prodotto: nel 2002 essa sarebbe intorno al 67 per cento.

La riorganizzazione dell'attività produttiva e la nuova "divisione del lavoro" tra case auto e componentisti imposta dalle prime ha determinato trasformazioni profonde all'interno della filiera della fornitura, che hanno interessato non solo l'organizzazione interna delle imprese, ma anche l'assetto "strategico" di tutto il comparto (Camuffo e Volpato, 1997). La trasformazione non sarebbe solo "produttiva", non riguarderebbe solo l'innovazione nei processi di progettazione e fabbricazione dei componenti, ma avrebbe carattere "strategico"; implicherebbe cioè una revisione dell'assetto competitivo delle imprese componentiste, consistente nella riduzione del numero dei principali fornitori, nell'aumento del loro grado di specializzazione e nella riduzione del grado di integrazione verticale, non solo delle case auto, ma anche dei fornitori più importanti, con una separazione fra compiti di ricerca e progettazione e attività manifatturiere.

La necessità delle case auto di disporre di componenti e sistemi di componenti caratterizzati da un elevato contenuto di tecnologia e di innovazione non è più soddisfabile con l'attuale articolazione della filiera. Il recente processo di razionalizzazione produttiva, favorito dalla cosiddetta *lean production*, pur avendo comportato una intensa riorganizzazione interna delle imprese fornitrici e il conseguimento di elevati standard qualitativi, non è in grado di perseguire ulteriori miglioramenti nell'efficienza e nell'innovazione. A livello internazionale, pertanto, la filiera della componentistica è soggetta a nuove pressioni e nuove spinte evolutive. La fase attuale sembra evolvere, pertanto, verso un'ulteriore concentrazione delle imprese, non solo di quelle automobilistiche, ma anche dei fornitori di primo livello, che acquisirebbero dimensioni prossime a quelle dei produttori finali. Si realizzerebbe così il passaggio da una struttura della filiera "gerarchizzata" a una "concentrata". La leva di questa "razionalizzazione strategica" è la ricerca di vantaggi competitivi, sia nelle economie di costo per unità di prodotto, sia nel tasso di innovazione per unità di tempo. I guadagni di efficienza realizzati negli ultimi anni non hanno consentito, come si è detto, il raggiungimento di una situazione di equilibrio economico per le case auto, tuttora sottoposte a elevata pressione competitiva, per il perdurante eccesso di capacità produttiva. Si noti al riguardo che negli ultimi anni il tasso medio di redditività dei primari fornitori di componenti è stato più elevato di quello medio delle case auto.

Nella nuova struttura “concentrata” la casa auto individuerrebbe i sistemi che intende continuare a presidiare in modo diretto, sostenendo rilevanti investimenti in R&S; il processo appare di non facile realizzazione alla luce della velocità dell’innovazione, della rapida obsolescenza del know-how progettuale e produttivo accumulato, e della difficoltà di individuazione degli elementi distintivi dell’immagine della marca. Per gli altri sistemi, ritenuti meno “critici”, si decentrerebbe ai fornitori secondo due modalità distinte. Nella prima, che si può definire del *system integrator*, si individua un fornitore in grado di assumersi il compito di integrare in termini progettuali e organizzativi un intero sistema funzionale e gli viene assegnata progressivamente una pluralità di compiti. Nella seconda modalità, quella del cosiddetto *module assembler*, il fornitore ha compiti prettamente produttivi: deve preparare i moduli pre-assemblati da far pervenire alla casa auto per il montaggio finale; in tal modo si tende anche alla eliminazione del magazzino della casa auto, che riceve moduli destinati specificamente ai singoli modelli, mentre spetta al fornitore di moduli l’onere dell’eventuale gestione dei magazzini e della catena logistica associata.

Sul fornitore di primo livello ricade così anche l’onere di elevati investimenti; aumenta la complessità della sua organizzazione e le rigidità gestionali: il fornitore, infatti, deve effettuare rilevanti investimenti, non disponendo del controllo sulla vita del prodotto finale e quindi dei termini di riferimento necessari per delineare le modalità di ammortamento degli investimenti effettuati. Inoltre, il processo delineato comporta elevate spese di ricerca e di prospezione delle esigenze latenti del consumatore finale. Si pongono così rilevanti interrogativi sulla disponibilità e sull’entità delle risorse economico-finanziarie necessarie per l’attuazione di queste trasformazioni, anche alla luce della perdurante pressione competitiva e della limitata redditività dell’intero comparto. Il rafforzamento in chiave oligopolistica dei fornitori, derivante dal processo di concentrazione delineato potrebbe portare a un ribilanciamento del potere contrattuale relativo di case auto e fornitori; il finanziamento degli investimenti dei fornitori e il conseguimento di adeguati ritorni su tali investimenti si baserebbero su un “gioco a somma nulla”, nel quale i prezzi delle forniture sarebbero fissati in funzione degli investimenti ad essi collegati e “imposti” alle case auto. Nella nuova filiera “concentrata”, in cui il costruttore tende ad affidarsi sempre più al fornitore e alle sue capacità di innovazione e di industrializzazione dei componenti integrati, si delineano le premesse per un diverso equilibrio dei rapporti competitivi. Se prima era la casa auto a elaborare i parametri di riferimento nella determinazione degli obiettivi verso cui muovere l’innovazione, in futuro potrebbe esserci un rovesciamento delle posizioni; sarebbe la casa auto a rivolgersi al fornitore per chiedergli di suggerire un componente idoneo alla qualificazione del modello di vettura. I componentisti stanno sviluppando nuove capacità propositive, che ne modificano il grado di coinvolgimento. La delega al fornitore, oltre a produrre una semplificazione delle attività per la casa auto, consentendo a quest’ultima una maggiore focalizzazione sulle attività di coordinamento complessivo, dovrebbe permettere anche un innalzamento tecnico dei

sistemi funzionali. Il fornitore, infatti, operando con una pluralità di case auto, acquisisce la “sommatoria” delle conoscenze precedentemente accumulate da ogni singolo costruttore. Si può immaginare, come caso estremo, una situazione in cui la casa auto sia costretta a rinunciare alle specificità costruttive che caratterizzano il suo prodotto o marchio, in quanto ciò impedirebbe un adeguato sfruttamento delle economie derivanti da una maggiore standardizzazione dei componenti offerti dai fornitori. Se una razionalizzazione a meccano fosse possibile (e questo non è certo, visto che può funzionare per un certo tipo di componente, ma non per tutti), la riorganizzazione strategica della filiera potrebbe guadagnare così l’equilibrio economico.

4 LA FILIERA DELL’AUTO IN ITALIA. SVILUPPI RECENTI

La riorganizzazione e la gerarchizzazione dei rapporti di fornitura e la deverticalizzazione dell’industria automobilistica che vi si accompagna si sono intensificate nel corso degli ultimi anni anche in Italia. È stato stimato da Enrietti e Lanzetti (2002) che la quota di produzione esternalizzata da Fiat Auto sia salita dal 50 per cento del 1982 al 72 per cento del 2000. Ancora più rilevante sarebbe stato nello stesso periodo il processo di “disintegrazione verticale” per quanto riguarda l’attività di progettazione: la quota affidata all’esterno sarebbe salita, infatti, dal 30 per cento al 72 per cento. Secondo le stime di Enrietti e Lanzetti, il numero dei fornitori diretti di Fiat Auto tra il 1990 e il 1997 si è più che dimezzato, scendendo da 723 a 350. Nel 2001 era ulteriormente calato, a 330.

Ai fornitori di primo livello sono delegati lo sviluppo delle innovazioni e la progettazione dei componenti in stretta collaborazione con la casa auto, sono demandati i compiti di coordinamento dell’attività dei fornitori di livello inferiore ed è attribuita la responsabilità della qualità dei sistemi forniti. Se nel 1991 (in base ai dati di fonte Fiat, citati in Volpato, 1996) il 76 per cento dell’attività di progettazione di componenti era realizzato all’interno della Fiat, tale quota è scesa al 30 per cento nel 1997, mentre la parte residua è svolta direttamente dal fornitore o in co-design tra questo e la Fiat. Si realizza così una sorta di partnership tra la casa automobilistica e i fornitori di primo livello. Il modello di relazioni che si realizza è definibile come “quasi-integrazione”, una sorta di “terza via” tra l’integrazione totale e la scelta contrattuale (Ires, 1991): esso si caratterizza per l’intensità, la lunga durata e la connotazione cooperativa del rapporto tra i contraenti, per la mutua dipendenza e per la presenza di cospicui *sunk cost* che rendono costoso e improbabile recidere tali relazioni.

La selezione dei fornitori di primo livello è stato accompagnata da un processo di “crescita guidata” di tali fornitori, volto al miglioramento della qualità dell’attività complessiva da essi svolta e alla riduzione dei costi, alla cui attuazione è subordinata l’attribuzione della qualifica di “partner” (Volpato, 1996). Tale processo culmina nel passaggio alla fornitura in “autocertificazione”; nel 1995 il tasso di fornitura in autocertificazione ha raggiunto il 90 per

cento. Le strategie di localizzazione dei nuovi stabilimenti Fiat al di fuori delle regioni di tradizionale insediamento e, negli anni recenti, l'avvio del processo di globalizzazione della casa torinese hanno determinato nuove pressioni sui fornitori di componenti; le opportunità che si dischiudono, legate alla dimensione internazionale del mercato automobilistico, hanno richiesto in taluni casi una crescita delle dimensioni per linee interne o per il tramite di acquisizioni o di accordi non societari, al fine di conseguire le necessarie economie di scala e di sostenere gli investimenti necessari. In altri casi multinazionali estere hanno acquisito imprese italiane con l'obiettivo di servire la casa auto nazionale, sfruttando le potenzialità proprie di gruppi di grandi dimensioni. Ai fornitori è stato richiesto in molti casi di seguire il produttore nelle nuove localizzazioni produttive, eventualmente integrandosi con i produttori locali.

5 IL COMPARTO DELLA COMPONENTISTICA AUTO IN PIEMONTE

Nonostante il processo di relativa terziarizzazione dell'economia piemontese e le profonde trasformazioni che il settore autoveicolistico ha conosciuto a partire dagli anni settanta e ottanta, anche in relazione con le scelte di ristrutturazione e di riorganizzazione della Fiat Auto, il peso del settore nell'economia piemontese continua essere rilevante in termini di occupazione, valore aggiunto ed esportazioni.

In base ai dati Istat di contabilità regionale 1980-1996, nel 1996 il settore dei mezzi di trasporto in Piemonte contribuiva a circa il 4 per cento del valore aggiunto complessivo della regione e a circa il 12 per cento di quello del solo comparto manifatturiero. In base alle stime condotte da Enrietti e Lanzetti (2002) sui dati del Censimento intermedio del 1996, gli addetti alla filiera dell'auto in Piemonte sarebbero oltre 106.000, pari al 20 per cento degli addetti complessivi alle attività manifatturiere localizzate in regione e all'8,3 per cento degli addetti totali del settore privato. La quota diminuisce se si considerano gli addetti alle attività definibili come *core business*, costituite dalla produzione autoveicoli, carrozzerie e componenti: gli addetti sarebbero 74.500, pari al 5,8 per cento degli occupati alle unità locali nell'industria e nei servizi vendibili. Sulla base di una stima, effettuata dagli stessi autori, del cosiddetto moltiplicatore tra attività di Fiat Auto e attività collegate pari a 1,15, oltre il 70 per cento degli addetti complessivi, pari a circa 75.000 unità, risulterebbe coinvolta direttamente o indirettamente nell'attività produttiva di Fiat Auto. Molto elevata sarebbe inoltre la concentrazione di tali occupati nella provincia di Torino (66.000 unità). Secondo le stime condotte dall'Osservatorio sul mercato del lavoro della Provincia di Torino (2002), nella provincia opererebbero 1.222 aziende attive nella filiera dell'auto definita in senso lato e a prescindere dall'esistenza di legami commerciali con Fiat Auto, con un'occupazione di circa 75.000 addetti.

Unitamente alla dimensione assoluta del settore, va rilevata la elevata specializzazione nelle attività *automotive* che continua a caratterizzare il territorio regionale e, in particolare, quello della provincia di Torino. L'indice di specializzazione relativa, misurato nel confronto con la media nazionale in base agli addetti alle unità locali rilevate nel Censimento del 1996, è pari a 3,2 per la regione e a 4,4 per la provincia. In termini stilizzati ciò significa che la concentrazione dell'attività nel comparto dei mezzi trasporto è pari rispettivamente a oltre 3 e 4 volte la media del paese. Inoltre, altre due province piemontesi, quella di Cuneo e quella di Asti, presentano coefficienti di specializzazione maggiori dell'unità.

Tabella 1 Il settore dei mezzi di trasporto in Piemonte e in provincia di Torino (unità e variazioni percentuali)

| Voci | Piemonte | Provincia di Torino |
|---|----------|---------------------|
| Addetti alla filiera automobilistica (a) (b) | 106.354 | 75.000 |
| Peso percentuale degli addetti sul totale | 8,3 | 10,9 |
| Addetti stimati al <i>core business</i> (c) | 74.524 | 66.726 |
| Peso percentuale degli addetti sul totale | 5,8 | 9,7 |
| Addetti direttamente o indirettamente coinvolti nell'attività di Fiat Auto (a) | 75.233 | 66.644 |
| Peso percentuale degli addetti sul totale (a) | 5,9 | 9,7 |
| Coefficiente di specializzazione nei mezzi di trasporto (d) | 3,2 | 4,4 |
| Quota % del valore aggiunto del settore mezzi di trasporto sul totale regionale (d) | 4,0 | |
| Quota % del valore aggiunto del settore mezzi di trasporto sul totale nazionale del settore (d) | 24,2 | |
| Quota % delle esportazioni di autoveicoli e componenti sul totale regionale (e) | 21,4 | |
| Quota % delle esportazioni di autoveicoli e componenti sul totale nazionale del settore (e) | 31,2 | |

Fonte: Ires Piemonte; Istat *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi 1996*; Istat, *Conti economici regionali 1980-1996*; Osservatorio sul mercato del lavoro della Provincia di Torino. (a) Per il Piemonte: stime Ires Piemonte. – (b) Per la Provincia di Torino: stime Osservatorio sul mercato del lavoro della Provincia di Torino. – (c) Stime Ires Piemonte. (d) Nostre elaborazioni su dati Istat relativi al 1996. – (e) Nostre elaborazioni su dati Istat relativi al 2002.

Indicazioni analoghe relativamente all'importanza del comparto e alla specializzazione dell'area derivano dai dati sulle esportazioni regionali. Nel 2002 le esportazioni piemontesi di autoveicoli e componenti per autoveicoli rappresentavano il 21,4 per cento del totale delle vendite all'estero della regione; inoltre, la quota delle esportazioni di componenti era significativamente superiore a quella degli autoveicoli (11,3 e 10,1 per cento, rispettivamente). Il Piemonte contribuiva al 31,2 per cento delle esportazioni nazionali di autoveicoli e sue componenti (36,2 per cento per la componentistica; 26,9 per cento per gli autoveicoli). Nel periodo 1996-2001, nel quale come si è visto il mercato mondiale degli autoveicoli è cresciuto complessivamente del 6,8 per cento e la produzione di autovetture del 9,3 per cento, le esportazioni piemontesi di autoveicoli e componenti sono aumentate del 9,2 per cento. La crescita è riconducibile ai componenti, le cui vendite all'estero sono aumentate del 34,2 per cento (a fronte di un calo del 7,6 per cento degli autoveicoli finiti).

Tabella 2 Esportazioni piemontesi di autoveicoli e componenti nel 2001, per area di destinazione (milioni di euro, valori e variazioni percentuali)

| Area | Autoveicoli (a) | | | Componentistica (b) | | | Totale | | |
|-------------------------|-----------------|--------------|------------------------|---------------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|------------------------|
| | Importo | Quota % | Var % 1996- 2001 | Importo | Quota % | Var % 1996- 2001 | Importo | Quota % | Var % 1996- 2001 |
| UME | 1.939 | 57,2 | -7,7 | 1.880 | 57,1 | 61,6 | 3.819 | 57,1 | 17,0 |
| di cui: Francia | 702 | 20,7 | -2,8 | 683 | 20,7 | 72,7 | 1.384 | 20,7 | 23,9 |
| Germania | 555 | 16,4 | -28,2 | 612 | 18,6 | 33,0 | 1.167 | 17,4 | -5,4 |
| Totale UE | 2.375 | 70,0 | -0,9 | 2.151 | 65,3 | 49,0 | 4.526 | 67,7 | 17,8 |
| Paesi extra UE | 1.017 | 30,0 | -20,2 | 1.144 | 34,7 | 13,1 | 2.160 | 32,3 | -5,4 |
| Di cui: Peco-ex URSS | 286 | 8,4 | -23,0 | 269 | 8,2 | 4,4 | 555 | 8,3 | -11,8 |
| USA | 5 | 0,2 | 219,3 | 57 | 1,7 | -42,6 | 63 | 0,9 | -38,4 |
| Giappone | 86 | 2,5 | 51,7 | 11 | 0,3 | 5,5 | 97 | 1,4 | 44,8 |
| Mercosur | 101 | 3,0 | -25,2 | 257 | 7,8 | -17,5 | 357 | 5,3 | -19,8 |
| Totale | 3.392 | 100,0 | -7,6 | 3.295 | 100,0 | 34,2 | 6.686 | 100,0 | 9,2 |

Fonte: elaborazioni su dati Istat. (a) Comprende la classe Ateco 34.1. – (b) Comprende le classi Ateco 34.2 e 34.3.

Nel periodo 1996-2001, inoltre, la rilevante espansione delle esportazioni di componenti piemontesi è stata trainata dalle vendite nei paesi dell'Unione europea (in crescita del 49,0 per cento), nei quali la presenza produttiva di Fiat nel settore degli autoveicoli è relativamente

contenuta. Tale andamento può costituire una prima indicazione della capacità competitiva a livello internazionale del comparto della componentistica piemontese, a prescindere dai rapporti di fornitura con Fiat. Gli indizi, che i dati sulle esportazioni mostrano, in favore di una significativa capacità competitiva del comparto della componentistica auto piemontese, di una diversificazione della clientela e di una riduzione del grado di dipendenza dalle commesse di Fiat si rafforzano sulla base di altre variabili analizzate da vari lavori degli anni passati. In base a uno studio effettuato dal Nucleo per la ricerca economica di Torino (Aimone, Cullino, Fabrizi, 2000) su un campione di imprese dell'indotto auto dell'area torinese, già nel periodo 1991-1997 le imprese avevano ridotto il grado di dipendenza dal cliente principale, rafforzando le relazioni con altri grandi clienti; emergeva così una strategia di diversificazione della clientela, sotto il vincolo di legami stretti e di lungo periodo con pochi grandi committenti. In base a una più recente indagine dell'Unione industriale di Torino (2002), condotta nello scorso giugno su un campione di imprese dell'indotto auto in provincia di Torino, la dipendenza dai "produttori di auto nazionali" è pari in media al 55 per cento del fatturato realizzato nel solo settore auto e al 40 per cento dei ricavi totali (non tutto il fatturato delle imprese rilevate deriva dal settore auto). Il grado di dipendenza da Fiat presenta, inoltre, un'elevata variabilità ed è maggiore tra le imprese di minori dimensioni (con meno di 15 addetti). D'altro lato, oltre la metà delle imprese ha tra i propri clienti case costruttrici straniere; per il 23 per cento delle aziende i rapporti con tali case generano almeno un quarto del fatturato autoveicolistico. Rispetto al 1995, il grado di diversificazione della clientela è aumentato: è diminuito il peso delle relazioni con le case costruttrici nazionali ed è cresciuta l'importanza dei produttori esteri.

6 L'EVOLUZIONE RECENTE DEL COMPARTO IN PIEMONTE. I RISULTATI DI UN'ANALISI SUI BILANCI

6.1 Il campione di riferimento

Sono stati analizzati i bilanci relativi al periodo 1996-2001 delle imprese piemontesi appartenenti alle classi Ateco 34.1, 34.2 e 34.3 presenti negli archivi della Centrale dei Bilanci e della Cerved, con l'esclusione di tutte le società del Gruppo Fiat (comprese quelle che sono fuoriuscite da Fiat negli ultimi anni). È stato utilizzato un campione biennale a scorrimento; nel periodo analizzato il numero di imprese è variato da un massimo di 360 imprese del 2000 a un minimo di 329 del 2001. Il campione analizzato risulta molto ampio e prossimo all'universo: secondo i dati del Censimento intermedio del 1996, infatti, gli addetti alle imprese dei comparti 34.1, 34.2 e 34.3 ammontavano a oltre 117.000, di cui più di 86.000 del solo comparto 34.1. Considerato che, in base ai dati di fonte Cebil, Fiat Auto e Iveco da

sole nel 1996 occupavano quasi 84.000 persone, l'universo di riferimento al netto di Fiat ammonterebbe a circa 33.000 occupati, valore simile a quello relativo alle imprese del campione selezionato per il 1996. Fatto pari a 100 il numero medio di imprese in ciascun anno, il 28,9 per cento appartiene alla classe con meno di 15 dipendenti, il 29,1 alla classe 15-49 addetti, il 28,4 a quella con 50-199 addetti, l'8,6 alla classe 200-499 e il 5,0 a quella con almeno 500 addetti.

Per circa il 30 per cento delle imprese (pari, in media, a un centinaio di unità) è stato possibile analizzare l'andamento delle variabili di interesse in relazione alla quota di fatturato esportata (dato presente solo nell'archivio Cebil). Tali imprese rappresentano in media il 70 per cento del totale degli addetti e del fatturato del campione. Fatto pari a 100 il numero medio di imprese in ciascun anno, il 70,7 per cento ha una quota export compresa tra 0 e 1/3; il 17,7 per cento ha una quota tra 1/3 e 2/3 e l'11,6 per cento oltre 2/3. Nel 2001 il 47,5 per cento delle imprese con una quota di export pari ad almeno un terzo del fatturato aveva un numero di dipendenti compreso tra 50 e 199 e il 33 per cento aveva più di 200 addetti.

L'analisi di molti indicatori di bilancio è stata svolta confrontando i valori con quelli medi del comparto manifatturiero nel suo complesso (incluse le imprese del Gruppo Fiat).

6.2 Sintesi dei risultati

La quota di fatturato esportata è cresciuta, in media, dal 16 per cento del 1996 al 31 per cento del 2001. Nella media del periodo gli andamenti economici e finanziari delle imprese rilevate sono risultati in linea o migliori della media dell'industria manifatturiera piemontese; tra le aziende della componentistica quelle che hanno maggiormente diversificato la clientela servendo committenti esteri hanno avuto performance superiori alla media. A partire dal 1999, tuttavia, il comparto ha evidenziato un sensibile peggioramento della redditività operativa e netta; il ROE, in particolare, nel 2001 è sceso al di sotto della media del manifatturiero, assumendo valori negativi per le imprese più concentrate sul mercato domestico. Tra il 1996 e il 2001 si è ridotto il grado di integrazione verticale, misurato dal rapporto tra valore aggiunto e fatturato, e si è accresciuta la specializzazione produttiva, soprattutto per le imprese di maggiori dimensioni.

6.3 Lo sviluppo e la struttura produttiva

Nel periodo 1996-2001 il fatturato delle imprese del settore della componentistica è cresciuto in media del 7,8 per cento in termini nominali, in misura superiore alla media del settore manifatturiero (5,0 per cento). Dopo la forte espansione del 2000, che ha interessato tutta l'industria piemontese, nel 2001 il tasso di crescita del fatturato nella componentistica auto è diminuito.

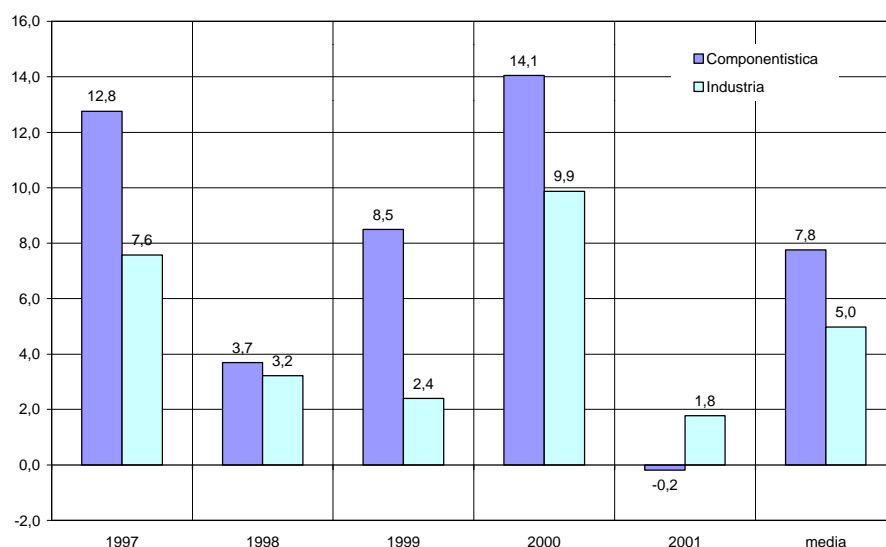


Figura 3 Andamento del fatturato delle imprese della componentistica e dell'industria manifatturiera piemontese (variazioni percentuali sull'anno precedente; valori medi). Fonte: elaborazioni su dati Cebil e Cerved.

Nel 2001 le imprese della componentistica auto piemontese hanno risentito, oltre che del rallentamento generale della congiuntura economica nazionale e internazionale, dell'andamento negativo dell'attività di Fiat Auto, la cui crisi - aggravatasi nel corso del 2002 - si era già concretizzata in una diminuzione di oltre il 10 per cento delle auto prodotte.

In tale contesto, le imprese con una clientela maggiormente diversificata, approssimata dalla quota di fatturato esportata, hanno registrato un andamento nettamente migliore di quelle più concentrate sul mercato domestico. Nel 2001 il fatturato delle imprese con una quota export superiore ai due terzi dei ricavi è aumentato di oltre l'8 per cento; per le imprese con una quota export compresa tra un terzo e due terzi i ricavi sono aumentati del 2,6 per cento, mentre sono diminuiti del 4,9 per cento per le imprese con una quota inferiore a un terzo.

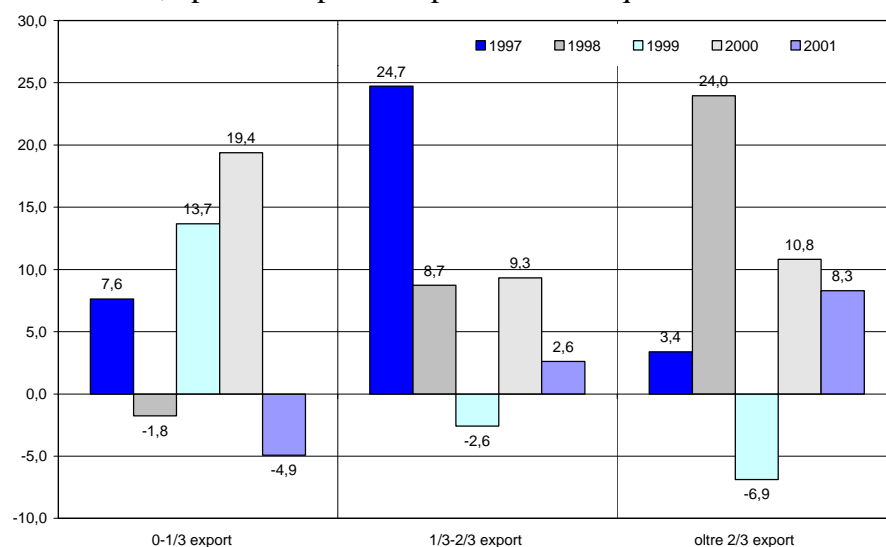


Figura 4 Andamento del fatturato delle imprese della componentistica, per quota di fatturato esportata (variazioni percentuali sull'anno precedente; valori medi). Fonte: elaborazioni su dati Cebil e Cerved.

Nel periodo analizzato il valore aggiunto delle imprese componentiste è aumentato in media del 2,8 per cento. Come per il fatturato, nel 2001 il tasso di crescita si è ridotto in misura rilevante (-5,0 per cento; -0,8 nell'industria manifatturiera). La quota di fatturato esportata è cresciuta, in media, dal 16 per cento del 1996 al 31 per cento del 2001. La quota di fatturato esportata è risultata maggiore della media e tendenzialmente crescente per le imprese con almeno 500 addetti; non emerge, tuttavia, una correlazione positiva tra propensione all'export e dimensione d'impresa.

Il grado di integrazione verticale delle imprese, misurato dal rapporto tra valore aggiunto e fatturato, è risultato in progressiva riduzione, passando dal 27 per cento del biennio 1996-97 al 20,4 del 2001. La tendenza alla riduzione del grado di integrazione verticale è stata continua per le imprese di maggiori dimensioni (quelle con almeno 200 addetti), che in larga approssimazione possono essere identificate quali fornitori dei livelli superiori della piramide della fornitura di componenti. In alcune analisi presenti in letteratura (Calabrese, 2001) era stata ipotizzata per le piccole-medie imprese della componentistica auto piemontese (in particolare per quelle produttrici di beni a basso valore aggiunto, a scarso contenuto tecnologico e per le quali l'aumento dei volumi prodotti diventa condizione necessaria per conseguire le necessarie economie di scala e ammortizzare in tempi contenuti gli investimenti effettuati) l'adozione di strategie di verticalizzazione delle attività interne come risposta ai processi di deverticalizzazione effettuati dai produttori di auto, anche con l'obiettivo di garantirsi maggiore flessibilità di risposta alle richieste dei committenti. Una tendenza al mantenimento di una maggiore integrazione verticale, così come deducibile dall'analisi del rapporto valore aggiunto/fatturato emergerebbe, nell'analisi qui effettuata, per le imprese con addetti compresi tra i 15 e i 199, per le quali nel biennio 2000-01 il rapporto rimaneva superiore alla media del settore, attorno al 27 per cento (contro il 20 delle due classi superiori).

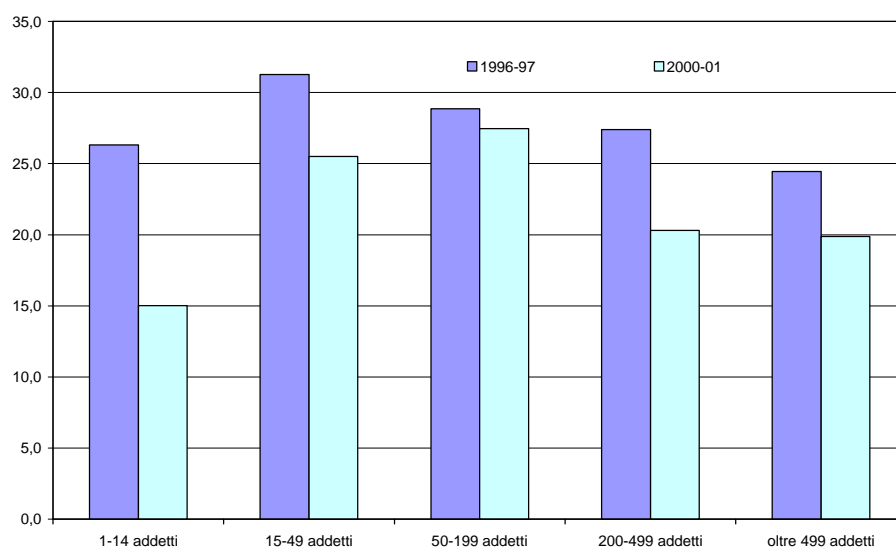


Figura 5 Valore aggiunto su fatturato per le imprese della componentistica auto, per classe dimensionale (valori percentuali; valori medi). Fonte: elaborazioni su dati Cebil-Cerved.

Tra il 1996 e il 2001 il valore aggiunto per addetto non ha presentato una tendenza univoca, oscillando tra i 42 mila euro del 1996 e i 46 mila del 1997 (la media del periodo è stata pari a 44 mila euro per addetto, valore inferiore a quello del manifatturiero, pari a 49,7 mila). A livello dimensionale il VA pro capite è risultato in media decrescente al crescere delle dimensioni aziendali (dai 52 mila euro per le imprese con meno di 15 addetti ai 41,4 mila per quelle con oltre 499 addetti); esso è, invece, risultato crescente al crescere della quota di fatturato esportata (da 43,6 per cento per le imprese che esportano meno di un terzo del fatturato al 46,1 per cento di quelle che esportano almeno un terzo del fatturato).

6.4 L'attività di investimento

L'attività di investimento delle imprese della componentistica piemontese nel periodo 1996-2001 è stata elevata e superiore alla media del comparto manifatturiero. Il tasso di accumulazione delle imprese componentiste, misurato dal tasso di crescita delle immobilizzazioni lorde, nella media del periodo considerato è risultato pari al 10,9 per cento, contro il 7,4 per cento dell'industria manifatturiera nel suo complesso. Il quadro descritto risulta confermato anche dall'analisi del dato mediano, in base al quale nel periodo considerato gli investimenti sono cresciuti dell'8,1 per cento in media ogni anno, contro il 6,0 per cento dell'industria. L'accumulazione di capitale è rimasta elevata anche negli anni in cui l'andamento dei ricavi è stato negativo; nel 2001, in particolare, nonostante la riduzione del fatturato, gli investimenti hanno continuato a crescere più che nella media del manifatturiero, sebbene a un tasso inferiore all'anno precedente (9,6 per cento, 2,6 punti percentuali in meno rispetto al 2000).

Sul valore delle immobilizzazioni lorde relativo agli anni 2000 e 2001 potrebbe aver influito il provvedimento di rivalutazione facoltativa delle immobilizzazioni materiali e immateriali iscritte nel bilancio di esercizio chiuso entro il 31 dicembre del 1999, introdotto con Legge 342 del 21.11.2000; la rivalutazione poteva essere effettuata nel bilancio dell'esercizio successivo a quello di riferimento e, in alcuni casi, in quello del 2001. In base alle analisi effettuate, il provvedimento potrebbe avere accresciuto il tasso di accumulazione relativo all'anno 2000. È stata effettuata una stima del valore delle immobilizzazioni lorde dell'anno 2000 quale risulterebbe depurando i dati dell'effetto della rivalutazione così come individuabile dall'incremento registrato nello stesso anno alla voce passiva dello Stato Patrimoniale "Riserve di rivalutazione" e tenendo conto dell'imposta sostitutiva connessa. Secondo tale stima, il tasso di accumulazione dell'anno 2000 scenderebbe dal 12,2 al 10,4 per cento. L'impatto potrebbe essere stato rilevante anche sulle variabili di bilancio collegate, come, ad esempio, gli ammortamenti. I confronti effettuati tra le imprese del comparto della componentistica e quelle dell'industria nel suo complesso non dovrebbero, tuttavia, essere stati influenzati dal suddetto provvedimento.

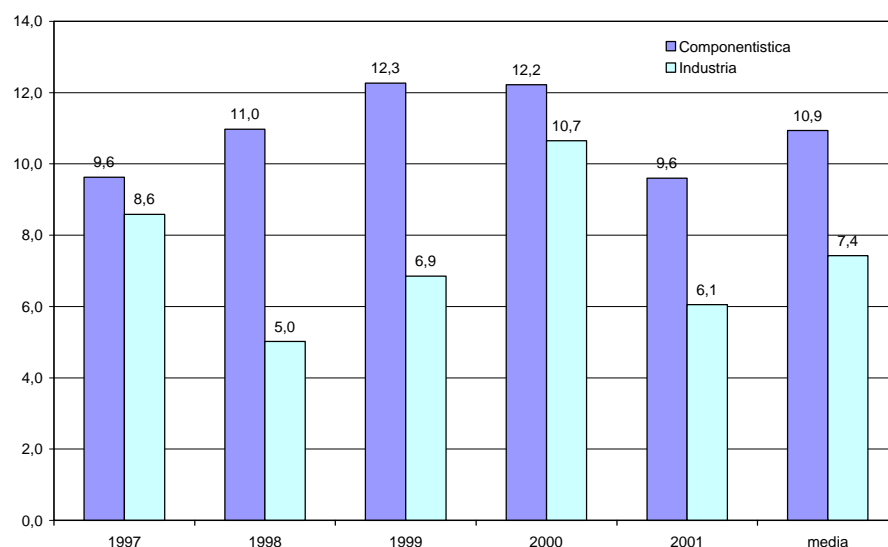


Figura 6 Andamento degli investimenti delle imprese della componentistica e dell'industria manifatturiera (variazioni percentuali sull'anno precedente; valori medi). Fonte: elaborazioni su dati Cebil e Cerved.

L'attività di investimento non sembra significativamente correlata con la distribuzione per quote di export, pur risultando lievemente superiore alla media per le imprese meno diversificate. Anche nel 2001, nonostante la diminuzione dei ricavi, gli investimenti di queste imprese sono cresciuti in misura superiore al 10 per cento, solo in modesto rallentamento rispetto all'anno precedente. L'elevata propensione all'investimento delle imprese anche in periodi di congiuntura fortemente negativa può essere ricondotta all'evoluzione dei rapporti con le case auto, evidenziata in letteratura, alla quale si accompagna un onere crescente per i componentisti negli investimenti connessi allo sviluppo e alla produzione di nuovi modelli.

Anche la propensione all'investimento, misurata dal rapporto tra investimenti effettuati nell'anno e immobilizzazioni nette, nel comparto *automotive* è risultata superiore alla media dell'industria manifatturiera (30,6 per cento, contro il 25,1, rispettivamente), in particolare nel biennio 1998-99. Nel 2001 tale propensione si è ridotta in misura significativa, di 12,6 punti percentuali rispetto al 2000, al 22,7 per cento. Anche nel valore mediano la propensione all'investimento è risultata per le imprese componentiste superiore rispetto alla media di quelle manifatturiere, seppure in progressiva riduzione dal 1998.

Nel biennio 1998-99 la propensione all'investimento è stata particolarmente elevata e pari a circa il 34 per cento; per le imprese della classe dimensionale da 200 a 499 addetti essa è risultata pari a circa il 40 per cento.

6.5 La distribuzione del valore aggiunto

Nel periodo 1996-2001 la redditività operativa delle imprese, espressa dal rapporto tra risultato netto rettificato e valore aggiunto, è risultata pari al 3,7 per cento (3,3 per cento nella media dell'industria manifatturiera). Dopo aver raggiunto valori superiori all'8 per cento nel

1997, essa è progressivamente diminuita, divenendo negativa nel 2001, al di sotto per circa un punto percentuale della media dell'industria.

La redditività nella media del periodo è risultata migliore per le imprese con una più alta propensione all'export; nel 2001, essa si è mantenuta positiva per queste imprese, a fronte di un valore negativo per quelle con una quota di fatturato esportata inferiore a un terzo.

L'incidenza degli ammortamenti sul valore aggiunto, coerentemente con quanto atteso in base all'analisi dell'attività di investimento, è risultata in crescita, salendo dall'11,9 per cento del 1997 al 17,6 del 2001; nella media del periodo essa è stata pari al 14,0 per cento (14,8 nella media dell'industria manifatturiera).

L'incidenza del costo del lavoro sul valore aggiunto nella media del periodo è risultata pari al 70,5 per cento, valore superiore alla media dell'industria manifatturiera e in progressivo aumento dal 1997 (dal 67,6 al 74,6 per cento del 2001).

L'incidenza sia degli ammortamenti che del costo del lavoro risulta in media crescente al crescere delle dimensioni aziendali. Non emergerebbero, invece, correlazioni con la distribuzione per quote di export. L'incremento dell'incidenza degli ammortamenti e del costo del lavoro sul valore aggiunto ha contribuito alla riduzione del rapporto tra margine operativo netto e valore aggiunto, risultato pari in media al 13,6 per cento (16,7 nella media del manifatturiero). Da valori superiori al 19 per cento del 1997, tale rapporto è sceso al 4,8 nel 2001; in tale anno esso è risultato negativo per le imprese meno diversificate sui mercati esteri, mentre si è mantenuto positivo per quelle con una quota di export superiore a un terzo. Esso è stato negativo anche per le imprese di maggiori dimensioni.

L'incidenza degli oneri finanziari netti sul valore aggiunto, nella media del periodo, è stata pari all'1,4 per cento, valore sostanzialmente in linea con quello del manifatturiero (1,5 per cento). Dopo la progressiva riduzione registrata tra il 1996 e il 2000 (dal 4,7 al -1,0 per cento), nel 2001 essa è tornata su valori positivi (1,7 per cento). L'incidenza degli oneri finanziari netti è risultata in media superiore per le imprese meno presenti nei mercati internazionali, per le quali l'incremento nel 2001 è stato particolarmente marcato.

6.6 La redditività

La redditività netta delle imprese componentiste piemontesi, espressa rispetto sia alle vendite (ROS) sia all'attivo (ROA) sia al patrimonio netto (ROE), è risultata nella media del periodo superiore a quella delle imprese manifatturiere e pari, rispettivamente, all'1,1, 1,3 e 9,6 per cento (contro lo 0,9, l'1,1 e il 7,0 per cento, rispettivamente, del manifatturiero), ma in progressiva riduzione negli ultimi tre anni. Le imprese con una clientela maggiormente diversificata sui mercati esteri si sono caratterizzate, nel periodo in esame, per una redditività, sia operativa che netta, significativamente maggiore di quella delle imprese con una quota di export inferiore a un terzo dei ricavi.

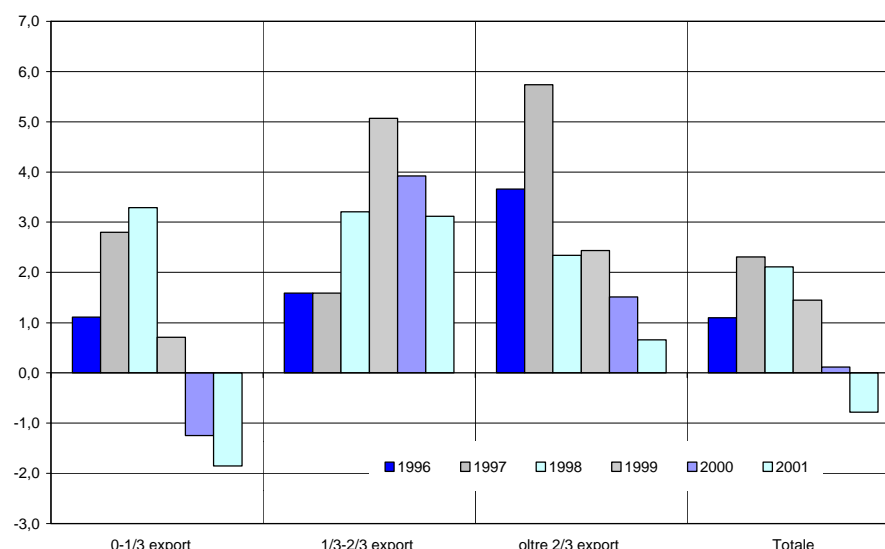


Figura 7 ROS delle imprese della componentistica, per quota di fatturato esportata (valori percentuali; valori medi). Fonte: elaborazioni su dati Cebil e Cerved.

Il ROS delle imprese della componentistica, da valori superiori al 2 per cento tra il 1997 e il 1998, si è progressivamente ridotto, divenendo negativo nel 2001 (-0,8 per cento). Esso è risultato più elevato per le imprese con maggiore propensione all'export e pari allo 0,8 per cento nella media del periodo per le imprese con una quota di fatturato esportata inferiore a un terzo, contro valori pari al 3 per cento circa per quelle con almeno un terzo dei ricavi generati all'estero. Nel 2001, in particolare, il ROS era negativo per le prime, mentre rimaneva positivo per le seconde, anche se in diminuzione rispetto all'anno precedente.

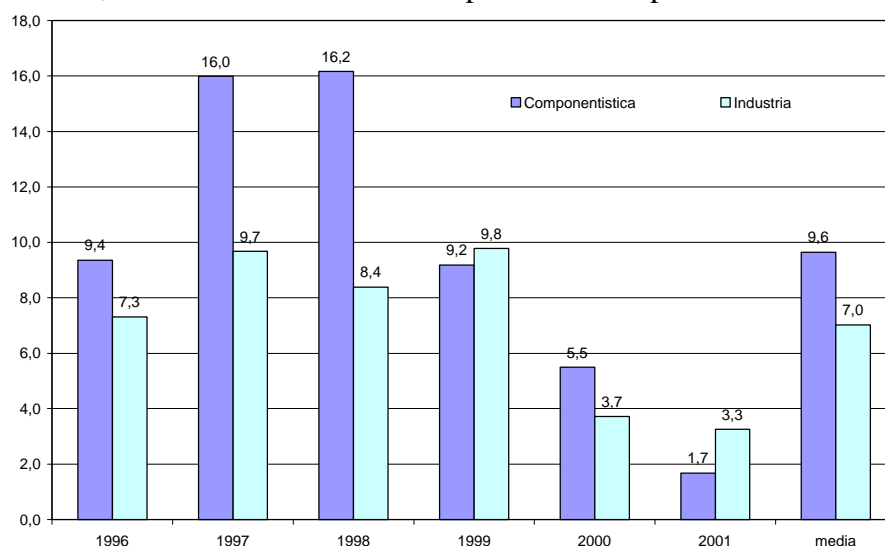


Figura 8 ROE delle imprese della componentistica e dell'industria manifatturiera (valori percentuali; valori medi). Fonte: elaborazioni su dati Cebil e Cerved.

Il ROE, da valori prossimi al 16 per cento nel biennio 1997-98, è sceso nel 2001 all'1,7 per cento, valore inferiore a quello dell'industria manifatturiera. Nella media del periodo, il ROE è risultato pari all'8,3 per cento per le imprese della classe di export inferiore, contro valori del 15,8 e del 16,8 per cento per le classi superiori di export. Per queste ultime, pur in

diminuzione dal 1997-98, il ROE è rimasto sempre positivo, mentre è divenuto negativo nel 2001 per quelle con una quota export inferiore a un terzo.

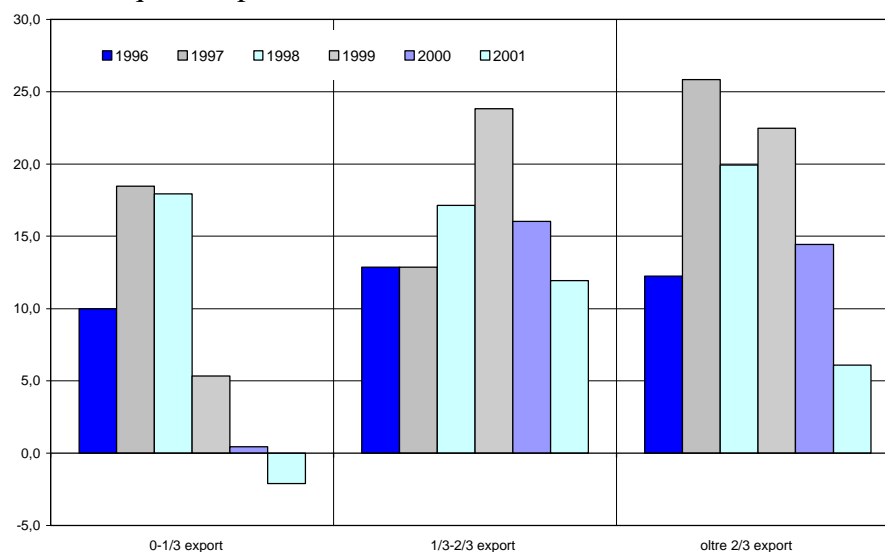


Figura 9 ROE delle imprese della componentistica, per quota di fatturato esportata (valori percentuali; valori medi). Fonte: elaborazioni su dati Cebil e Cerved.

Anche il ROA si è progressivamente ridotto, dal 3,1 per cento del 1997 al -1,0 del 2001. Anch'esso è risultato crescente al crescere della propensione all'esportazione e pari, rispettivamente all'1,1, 3,9 e 4,0 per cento nelle tre classi di export analizzate, divenendo negativo nel 2000-01 per quelle della classe inferiore.

Il rapporto MOL su attivo è risultato pari, nella media del periodo considerato, al 9,0 per cento, valore simile a quello dell'industria manifatturiera (8,9 per cento) e in progressiva diminuzione (dall'11,6 per cento del 1997 al 6,7 del 2001). In rapporto al fatturato, il MOL è risultato pari al 7,2 per cento nella media del periodo; tra il 1997 e il 2001 esso è sceso dall'8,8 al 5,0 per cento. Entrambi gli indicatori sono risultati in media correlati positivamente alla propensione all'export delle imprese. Per quelle con una quota di fatturato all'estero inferiore a un terzo, in particolare, tali indicatori sono risultati in progressiva riduzione dal 1997 (dal 9,3 al 3,4 per cento del 2001 in rapporto al fatturato e dal 13,2 al 4,4 per cento del 2001 in rapporto all'attivo).

6.7 La struttura finanziaria

Il valore medio del *leverage* delle imprese componentiste, dato dal rapporto tra i debiti finanziari e la somma di questi con il patrimonio netto, è risultato pari al 53,0 per cento, valore lievemente inferiore a quello del comparto manifatturiero (53,7 per cento). Diversamente da quest'ultimo, tra le imprese della componentistica il livello di indebitamento è diminuito nel corso del periodo, dal 56,7 per cento del 1996 al 50,0 del 2001. Il *leverage* decresce al crescere della propensione all'export: a fronte di un valore medio del 51,8 per

cento per le aziende con meno di un terzo del fatturato all'export, le imprese più diversificate hanno fatto registrare valori intorno al 36-37 per cento; per la prime, inoltre, esso è aumentato progressivamente dal 1997. Tra i debiti, le aziende della componentistica presentano un'incidenza dei debiti commerciali assai superiore alla media del manifatturiero (58,1 e 49,0 per cento, rispettivamente). Sono soprattutto le imprese di maggiori dimensioni (oltre 499 addetti) a fare ricorso a tale forma di finanziamento (con una quota pari al 65,4 per cento dell'indebitamento totale) e quelle con una maggiore quota di esportazioni (72,8 per cento per le imprese con almeno due terzi del fatturato all'export). Tra i debiti finanziari, le imprese della componentistica presentano un'esposizione verso le banche inferiore a quella del manifatturiero (51,1 e 65,0 per cento, rispettivamente). Dopo essere diminuita tra il 1996 e il 1997, esso ha preso a crescere, salendo al 49,2 per cento nel 2001. Rispetto alla media del manifatturiero, il comparto della componentistica è maggiormente indebitata a breve termine; l'incidenza della componente a scadenza protratta, infatti, è pari al 21,9 per cento e al 25,9 per cento dei debiti finanziari totali e di quelli bancari rispettivamente, contro valori del 34,6 e del 33,6 per il complesso del manifatturiero. Mentre non emerge una evidente correlazione tra la variabile in esame e la dimensione aziendale, l'incidenza della quota a medio e a lungo termine cresce all'aumentare della quota di esportazioni.

7 BIBLIOGRAFIA

- Aimone L., Cullino R., Fabrizi C. (2000), *Da Indotto Fiat a "distretto dell'auto": il caso del polo automotive torinese*, Atti della XX Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Palermo.
- ANFIA, *Automobile in cifre*, Torino, anni vari.
- Bardi A., (2002), *Strategie aziendali e modelli organizzativi, linee di sviluppo e tendenze evolutive nel settore dell'auto*, in AA.VV., *Il futuro della catena di sub-fornitura automobilistica torinese nello scenario internazionale*, Provincia di Torino.
- Bianchi R., Enrietti A. (1999), *La dinamica innovativa nel distretto tecnologico dell'auto in Piemonte*, Quaderni di ricerca del Dipartimento di Economia "S. Cagnetti de Martiis", Università di Torino, QR 99, n. 1, Torino.
- Calabrese G. (2001), *Innovazione e piccoli fornitori dell'auto in Piemonte*, in Rolfo S., Vitali G. (eds.) *Dinamiche competitive e innovazione nel settore della componentistica auto*, Franco Angeli, 2001.
- Camera di Commercio, Industria, Artigianato, Agricoltura di Torino, *Osservatorio sulla componentistica autoveicolare italiana*, anni vari.

- Camuffo A., Volpato G.(1997), *Nuove forme di integrazione operativa: il caso della componentistica automobilistica*, Franco Angeli.
- Enrietti A.(1997), *Il processo di selezione nella componentistica auto piemontese*, Quaderni di ricerca Ires, L. Morosini, n. 26, dicembre 1997, Torino.
- Enrietti A. e Lanzetti R. (2002), *La crisi Fiat Auto e il Piemonte*, Contributi Ires, ottobre 2002, Torino.
- Fornengo G., Rullani E. (a cura di) (1982), *L'industria dell'auto e dei componenti: integrazione e internazionalizzazione produttiva*, F. Angeli.
- IRES (1991), *Da indotto a sistema. La produzione di componenti nell'industria automobilistica*, Rosenberg & Sellier.
- Jürgens U. (2002), Concorrenza internazionale ed evoluzione organizzativa nel settore automotive, in AA.VV., *Il futuro della catena di sub-fornitura automobilistica torinese nello scenario internazionale*, Provincia di Torino.
- Lombardi M.(1997), *Meccanismi evolutivi nella dinamica dei sistemi di imprese*, Economia politica, agosto 1997.
- Monteverde K., Teece D. (1982), *Supplier Switching Costs and Vertical Integration in the Automobile Industry*, Bell Journal of Economics, 13.
- Osservatorio sul mercato del lavoro della Provincia di Torino (2002), *La mappatura della filiera dell'auto nella provincia di Torino*, in AA.VV., *Il futuro della catena di sub-fornitura automobilistica torinese nello scenario internazionale*, Provincia di Torino.
- Perry M. (1989), Vertical Integration: Determinants and Effects, in Schmalensee R., Willig R. (eds.), *Handbook of Industrial Organization*, North-Holland.
- Tirole J. (1988), *The Theory of Industrial Organization*, MIT, trad. it. *Teoria dell'organizzazione industriale*, Hoepli, 1991.
- Unione industriale di Torino (2002), *Le strategie di diversificazione dell'indotto auto torinese. Risultati di un'indagine dell'Unione industriale di Torino*.
- Volpato G. (1996), *Il caso FIAT*, Isedi.
- Williamson O. (1989), Transaction Cost Economics, in Schmalensee R., Willig R. (eds.), *Handbook of Industrial Organization*, North-Holland.

ABSTRACT

In the last decade, in a growing international competition environment, major car makers adopted strategies of reduction of vertical integration and rationalization of the supplier system. Accordingly, a reorganization of the supply chain along hierarchical lines and a sharp reduction in the number of suppliers took place; car makers and components suppliers are developing more cooperative, long-term relationships, often by sharing R&D, design and engineering activities. In Piedmont, whose specialization in automotive industry is still high, the supply chain has undergone analogous transformations: the number of suppliers of Fiat Group has remarkably reduced; several firms, especially middle-big sized companies, have undertaken processes of diversification of supply relationships and strategic repositioning in international markets. In order to assess the effectiveness of such strategies, we have carried out an analysis based on macroeconomic indicators and balance sheet data of about 300 Piedmontese automotive firms in 1996-2001 period. We argue that those strategies have been on average successful; firms' competitiveness in international markets have increased. Firms that have diversified customers relationships in international markets have got better economic and financial results. Since 1999 the automotive industry has undergone a significant worsening of profitability. In 2001, in particular, ROE has become negative for those firms more concentrated on the domestic market, while it has been still positive for more export-oriented firms.