



Progetto per l'internazionalizzazione del settore automotive piemontese 2007 – 2009

Indice

1.	I criteri di selezione	p. 1
2.	La nuova filiera	1
3.	Paesi target	2
4.	Attività I semestre 2007	2
5.	Attività II semestre 2007	3
6.	Il settore automotive in Italia e in Piemonte	4
7.	Il contesto internazionale	6

**Seconda edizione (2007-2009) dell'iniziativa della Camera di commercio di Torino,
con il contributo della Regione Piemonte in ambito DOCUP a regia regionale.
Partner tecnico: Centro Estero per l'Internazionalizzazione**

1. I CRITERI DI SELEZIONE

Pur garantendo alle imprese già aderenti alla prima edizione l'opportunità di entrare a far parte della nuova filiera, si è provveduto a selezionare imprese nuove per il 30%, con l'obiettivo di ampliare maggiormente l'offerta a disposizione dei committenti stranieri.

Principali criteri adottati:

- strategie e managerialità
- competenze e capacità tecnologica
- predisposizione alla ricerca ed all'innovazione
- orientamento all'internazionalizzazione
- identificazione nelle linee guida del progetto
- condivisione dei piani di attività
- pro-attività nella definizione di nuovi bisogni.

2. LA NUOVA FILIERA

La filiera della seconda edizione di From Concept to Car, per l'89% insediata nel torinese, è caratterizzata da una **maggiore offerta nei settori stile, progettazione e prototipazione**, molto richiesti in **India, Cina e Russia**, paesi giudicati prioritari dai principali forecast automobilistici e cui, insieme alla Turchia, il progetto dedica maggiore attenzione. Tra i nuovi iscritti, imprese attive nel testing (attrezzature di prova), ora maggiormente rappresentato, e società con specializzazioni non contemplate nella precedente edizione, come lo sviluppo di prodotto nell'area della meccatronica.

	Filiera FCTC - I edizione		Filiera FCTC - II edizione			
	Filiera completa 2005	%	Filiera completa 2007	%	Aziende nuove entrate	%
Numero aziende	144	100	153	100	57	37
Provincia di appartenenza						
TO	130	90,5	136	89	48	84
AT	5	3,5	5	3,5	2	3,5
AL	3	2	1	0,5	-	-
CN	2	1,5	6	4	4	7
BI	-	-	-	-	-	-
NO	3	2	4	2,5	2	3,5
VC	-	-	-	-	-	-
VB	1	0,5	-	-	-	-
AO	-	-	1	0,5	1	2
Dimensioni						
PMI	126	87,5	136	89	50	87,5
GI	18	12,5	17	11	7	12,5
Settori						
- Stile, engineering, prototipazione	23	16	26	17	8	14
- componenti e subfornitura	88	61	89	58	35	61,5
- attrezzature e impianti	28	19,5	33	21,	14	24,5
- servizi	5	3,5	5	3,5	-	-

3. I PAESI TARGET

La seconda edizione del progetto From Concept to Car intende concentrare le azioni di promozione su Europa, Cina, India, Russia e Turchia.

Tabella riepilogativa delle priorità di azione sui i mercati oggetto dell'intervento, in relazione ai sei principali servizi/prodotti della filiera autoveicolistica.

Relazione tra bisogni dei vari mercati in analisi ed i servizi/settori filiera autoveicolistica

Paesi Settori	EUR	EST EUR (1)	EST EUR (2)	TURCHIA	RUSSIA	INDIA	CINA
CONCEPT & STYLING							
ENGINEERING							
PROTOTYPING							
EQUIPMENT & TOOLING							
COMPONENTS & SYSTEMS							
SERVICES							

Legenda
 EUR: Germania, Francia, Svezia, Spagna
 EST EUR (1): Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Stati Baltici
 EST EUR (2): Serbia, Romania, Bulgaria, Ucraina

alti bisogni medi bisogni bassi bisogni

4. ATTIVITÀ I SEMESTRE 2007

INCONTRI E MISSIONI	Aziende FCTC partecipanti	Incontri individuali con imprese FCTC	Visite aziendali c/o imprese FCTC
KARSAN Buyers Invitation (Torino, 29-31/01/07 - 05/02/07)	9	/	9
VW Buyers Invitation (Torino, 15-16/02/07)	4	/	4
Workshop Ford Otosan (Torino, 19-20/02/07)	50*	14	6
Turkish Buyers Invitation (Torino, 13-16/03/07)	13	/	13
Workshop Toyota (Torino, 22-23/03/07)	59*	21	/
Missione commerciale in Cina (Shanghai, Hefei, Wuhu, 1-7/04/07)	9	40	/
SOK Buyers Invitation (31/05-01-04/06/07)	14	6	8
TOTALE	158	81	40

AZIENDE PARTECIPANTI	158
AZIENDE COINVOLTE IN CONVEGNI INFORMATIVI (*)	109
INCONTRI INDIVIDUALI	81
VISITE AZIENDALI	40

5. ATTIVITÀ II SEMESTRE 2007

a- Marketing

- **Missione commerciale in Turchia** (Istanbul-Bursa, 11-14 settembre), rivolta principalmente alle imprese del settore engineering&styling ed ai produttori di stampi per materie plastiche e lamierati. Sono previsti incontri con le direzioni acquisti delle case costruttrici **Ford Otomotiv Sanayi A.Ş** (www.ford.com.tr), **Karsan Otomotiv Sanayii Ve Ticaret A.Ş** (www.karsan.com.tr) e **TOFAŞ** (www.tofas.com.tr), nonché incontri con componentisti dell'associazione Taysad interessati ad acquistare servizi di progettazione e prototipazione.
- **Missione commerciale nel Nord della Cina** (Pechino, Shijiazhuang, Baoding, Shenyang, Changchun, 17-21 settembre 2007), durante la quale le aziende del progetto potranno presentare le proprie competenze alle direzioni acquisti dei costruttori indipendenti localizzati nelle province di Hebei, Liaoning e Jilin. In particolare, verranno contattati i seguenti potenziali clienti: **BAW** (www.baw.com.cn), **Foton** (www.foton.com.cn), **Great Wall** (www.gwm.com.cn), **Zhongxing Auto** (www.zxauto.com), **Shuanghuan Auto** (www.hbshauto.com), **Brilliance JinBei** (www.jinbei.com.cn), **Polarsun** (www.polarsunmotor.com), **SG Automotive** (www.sgautomotive.com) e **FAW** (www.faw.com).
- **Missione commerciale in India** (gennaio 2008), in concomitanza con Auto Expo, il più grande salone indiano dedicato all'automotive. Oltre alla possibilità di partecipare alla fiera nell'ambito dello stand collettivo organizzato dal Centro Estero per l'Internazionalizzazione su incarico della Camera di commercio di Torino, le imprese del progetto potranno incontrare componentisti e direzioni acquisti delle maggiori case costruttrici indiane nell'ambito di programmi di appuntamenti bilaterali organizzati in fiera o fuori fiera.
- Sono inoltre attualmente in corso contatti con ulteriori Buyer internazionali per l'organizzazione di **programmi di appuntamenti bilaterali in Piemonte** e visite agli stabilimenti produttivi.
- Come per l'edizione 2005, From Concept to Car collaborerà inoltre attivamente nel reperimento dei committenti stranieri partecipanti a **VETIS 2008**, la borsa della domanda e dell'offerta che si terrà a Torino nella primavera dell'anno venturo.

b - Supporto all'innovazione

From Concept to Car si sta impegnando nel supportare le aziende nella promozione delle loro capacità tecniche e tecnologiche sui principali mercati internazionali.

Il Team FCTC ha svolto il ruolo di catalizzatore nello spronare le aziende a presentare le proprie innovazioni nell'ambito della più importante vetrina del mondo per ciò che riguarda la tecnica e la tecnologia applicata ai veicoli: **SAE World Congress**. All'edizione 2007, le aziende del progetto hanno così presentato oltre dieci relazioni tecniche (*papers*), ottenendo ampia visibilità davanti a tecnici ed ingegneri del settore. Nelle fasi preparatorie di tali relazioni, compito di FCTC è stato anche di affiancare alle aziende centri di eccellenza del territorio, quali Politecnico e CRF, con l'obiettivo di offrire supporto e referenze qualificate.

c - Informazione mirata

Altro servizio a supporto delle imprese è, in questa edizione, l'impostazione e la pubblicazione nell'area riservata del sito www.fromconcepttocar.com di un rilevante database sui principali paesi oggetto di scouting e di attività del From Concept to Car, in primis Cina, India e Russia. Tali informazioni consentono alle aziende di conoscere approfonditamente dati specifici del settore auto nelle suddette aree, fornendo così supporto all'analisi dei propri interessi strategici ed alla definizione degli interventi nei singoli paesi.

6. IL SETTORE AUTOMOTIVE IN ITALIA ED IN PIEMONTE

(Fonte: Osservatorio della componentistica autoveicolare italiana 2007 della Camera di commercio di Torino)

La filiera autoveicolare italiana conta attualmente 2.131 società di capitale che, con 249 mila addetti, realizzano un fatturato annuo di 38,3 miliardi di euro.

Al Piemonte si devono 20,7 miliardi di fatturato complessivo (54%), 14,5 miliardi dei quali derivano dalla produzione nella regione, in cui sono impegnati 98 mila addetti. Si segnala inoltre la preponderanza del fatturato piemontese nei settori engineering&design (72% del nazionale) ed OEM (52%) .

La filiera automotive nel 2006						
	Italia			Piemonte		
	Imprese	Addetti	Fatturato auto (in migliaia di euro)	Imprese	Addetti	Fatturato auto (in migliaia di euro)
Engineering & Design	247	30.983	4.303.641	136	25.598	3.116.714
OEM (modulisti e sistemisti)	59	50.305	7.864.285	32	23.261	4.054.727
Specialisti (componentisti)	465	49.583	8.239.908	204	29.169	4.377.476
Subfornitori	1.360	118.463	17.956.984	584	63.360	9.167.395
TOTALE	2.131	249.334	38.364.818	956 (45% filiera nazionale)	141.388 (57% filiera nazionale)	20.716.312 (54% filiera nazionale)

Tra il 2005 e il 2006 il fatturato della filiera italiana è cresciuto del 9%, analogamente a quello regionale, che ha registrato un +8,2%. Il Piemonte ha contribuito per un importo di quattro punti sopra la media relativamente al settore OEM, mentre ha registrato una crescita inferiore di altrettanti quattro punti per quanto riguarda la subfornitura.

Variazione fatturato 2005/2006		
	Italia	Piemonte
Engineering & Design	+11,9%	+12,3%
Sistemisti	+11,4%	+10%
Modulisti	+ 10,1%	+ 14,9%
Specialisti	+9,5%	+9%
Subfornitori	+6,7%	+2,7%
MEDIA	+9,0%	+8,2%

Su base nazionale le imprese esportatrici sono il 72%, per le quali il peso dell'export è mediamente pari al 48% del fatturato. L'automotive piemontese risulta molto più internazionalizzato: le imprese esportatrici sono il 78%, su cui l'export pesa mediamente il 51%. Il fatturato estero regionale per la voce ISTAT "parti ed accessori per autoveicoli e loro motori" ha sfiorato i 4,5 miliardi di euro (37% del totale nazionale), con una variazione positiva del 7,4 per cento rispetto al 2005. I rapporti commerciali più frequenti per le imprese italiane riguardano principalmente l'Europa occidentale, il Centro Europa, gli Stati Uniti, il Medio Oriente e l'Asia.

Mercati di destinazione della componentistica italiana			
Europa	85%	Europa dell'Est	8%
Europa Centrale	18%	Africa del Nord	6%
America del Nord	14%	America Latina	6%
Medio Oriente	11%	Oceania	1%
Asia	9%	Resto dell'Africa	1%

Il Piemonte si distingue inoltre per un'elevata propensione all'innovazione ed al rapporto con le università: quasi un'impresa su 2 (48%) dichiara di possedere un prodotto innovativo (nel resto del campione si scende al 37%) ed una su 4 (24,1%) ha sviluppato progetti in accordo con istituti universitari italiani o esteri.

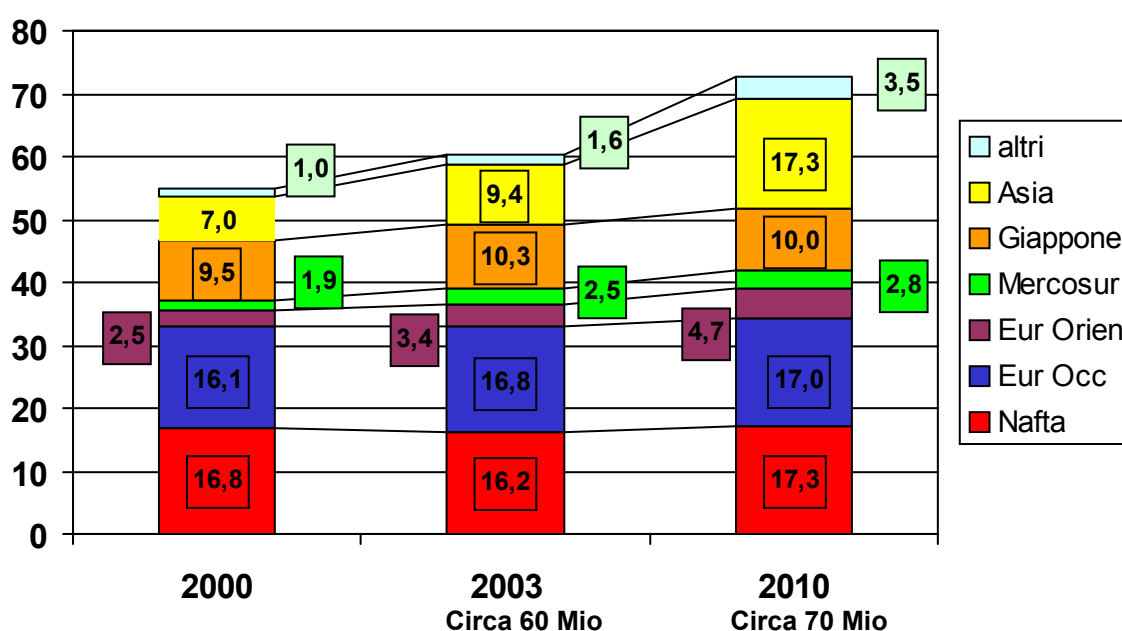
Attività di R&D	Italia <i>(analisi su campione di 442 imprese con investimenti in R&D ≥ 2% del fatturato)</i>	Piemonte <i>(analisi su campione di 220 imprese con investimenti in R&D ≥ 2% del fatturato)</i>
Progetti in accordo con università italiane o estere	20,8%	24,1%
Progetti in accordo con centri di ricerca pubblici o privati	14,7%	18,6%
Partecipato a programmi di ricerca dell'Unione Europea	1,4%	2,3%
Ospitate, promosse o seguite almeno due tesi (laurea o dottorato) sull'innovazione di prodotti-processi aziendali	5,7%	8,2%
Aumentato il numero degli addetti laureati dedicati alla ricerca ed allo sviluppo	2,9%	4,1%
Assunto o ospitato un ricercatore universitario in azienda	2,3%	1,8%

7. IL CONTESTO INTERNAZIONALE

Rispetto alla prima edizione del progetto (2003-2006), il contesto in cui si inserisce la seconda è decisamente cambiato. Negli ultimi tre anni, l'instabilità politica internazionale, guerre e terrorismo, hanno coinvolto, direttamente od indirettamente, molti paesi occidentali. Il conseguente aumento dei prezzi di materie prime e petrolio ha limitato pesantemente la crescita della produzione del comparto automobilistico occidentale. Altro fattore negativo per molti paesi europei è stato il rallentamento generale dell'economia con conseguente mancata crescita dei consumi, dovuto principalmente ai fattori sopra indicati, ma anche alla riduzione del reale potere di acquisto delle famiglie, derivante dall'introduzione dell'euro.

Per quanto riguarda il panorama più strettamente legato al settore auto, la produzione annua delle automobili nel mondo sta crescendo in maniera costante, pur con un baricentro sempre più spostato verso i paesi che fino a tre anni fa venivano definiti impropriamente *in via di sviluppo*.

Come evidenzia il grafico sotto riportato, l'incremento della produzione di auto nel mondo occidentale è infatti oramai assestato a zero, mentre nei prossimi anni è prevista la crescita esponenziale delle vetture prodotte in Cina, India e, marginalmente, anche in Russia.



Scomponendo la filiera dell'automotive nei sei principali processi legati ad ideazione, progettazione e produzione di autoveicoli, e ponendo in relazione tali processi con le logiche di fornitura ed i bisogni dei principali mercati del mondo automobilistico, è stato definito un piano prioritario di intervento per i diversi prodotti/servizi forniti dalle imprese del progetto.

I mercati dell'Australia e dell'area Nafta, seppur rilevanti in valori assoluti, vengono esclusi a priori dalla presente analisi, in quanto lontani geograficamente e, soprattutto, scarsamente penetrabili.

Per quanto riguarda il Sud-Est asiatico e in particolare il Giappone, si ritiene opportuno effettuare tentativi di coinvolgimento delle case costruttrici locali, nonostante le difficoltà di approccio legate alle specifiche metodologie di approvvigionamento nipponiche.

Caso a parte sono gli Stati Uniti d'America, in quanto la peculiarità delle vetture prodotte e la presenza delle maggiori "corporate" dell'automotive, rendono il mercato di forte interesse per le aziende del distretto piemontese in un'ottica di conoscenza dei trend evolutivi in campo tecnico e tecnologico. Non è tuttavia prioritario nello sviluppo di attività produttive e commerciali, in quanto di difficile penetrazione.

Non si ritiene inoltre necessario dedicare risorse ai mercati del Mercosur, già sviluppati in passato da aziende italiane e pertanto con una connotazione quasi domestica. I committenti locali conoscono, utilizzano ed apprezzano le capacità e le competenze delle industrie del distretto piemontese, soprattutto di quelle già localizzate.