

Componentistica. Costituito un cluster di costruttori senza la Fiat.

L'auto va in Russia da sola



Filomena Greco
TORINO

L'obiettivo è costruire un cluster dell'automotive italiano in Russia. Per aggredire un mercato dove, nel 2016, si produrranno 3,2 milioni di veicoli - oltre 2 milioni l'anno scorso - e se ne venderanno 3,7 milioni (2,9 nel 2012). L'iniziativa è dell'Anfia, Associazione che aggrega la filiera dell'industria automobilistica. «Un progetto innovativo - commenta Marzio Raveggi, vice presidente dei componentisti e ad della Johnson Controls, multinazionale presente in Russia, dove produce per Ford, Gm, Nissan e Lada, con 700 addetti in tre stabilimenti e un quarto polo in costruzione - che punta a costruire una filiera di aziende italiane in un mercato in crescita. Un modello nuovo rispetto al passato, non un gruppo di aziende che seguono un grosso produttore come è stato per Fiat in Serbia, ma un'iniziativa che intende costituire un nucleo dell'indotto fatto da imprese complementari».

Almeno cinque i poli produttivi

nell'automotive in Russia - Kaliningrad, San Pietroburgo, Kaluga, Taganrog, Togliatti - dove i principali produttori mondiali sono presenti: Renault, Ford, Gm, Toyota, Yundai, Volkswagen. Non Fiat. Il dossier del Lingotto per la creazione di uno stabilimento a Sanpietroburgo resta in standby, così come il progetto di un polo di assemblaggio a Mosca.

Il fabbisogno di componentistica è realtà. Le imprese italiane hanno esportato in Russia 331 milioni di merci nel 2011 (171 nei primi nove mesi del 2012). «Sono una quarantina - spiega Gianmarco Giorda, direttore dell'Associazione - le aziende che hanno partecipato al primo incontro operativo. L'obiettivo non è solo trovare sbocchi commerciali nell'area, ma favorire l'insediamento produttivo da parte della nostra componentistica in un paese interessante per mercato e produzione di auto».

3,2 milioni

Autoveicoli

In aumento i veicoli che saranno prodotte in Russia nel 2016

Nelle prossime settimane **Anfia** raccoglierà le manifestazioni d'interesse da parte delle imprese, svilupperà progetto e governance ed entro la fine dell'anno si sceglierà l'area dove localizzare il distretto.

L'automotive, dunque, cerca sbocchi nel mondo. «Con una quota di auto prodotte in Italia nel 2012 pari a 400 mila - aggiunge Giordano - siamo sotto la soglia minima per garantire un indotto forte. Bisogna puntare all'internazionalizzazione». In un mercato dove le italiane dell'automotive sono "mosche bianche". Tra queste la Spal Automotive di Correggio e Magneti Marelli, gruppo Fiat, in Russia da un ventennio con due plants nell'area di Ryazan. «La Russia è una realtà strategica, geograficamente vicina a noi e simile per caratteristiche dell'automotive» sottolinea Anna Tanganelli, responsabile Business Development. «Incrementare il livello di localizzazione nel paese sta diventando economicamente attrattivo - spiega - sia per i car makers che per la base fornitori, grazie agli incentivi e alla spinta per ridurre le importazioni. La componentistica automotive russa, poi, richiede un'iniezione di tecnologia e qualità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

