

Il caso. Nell'ultimo anno la quota è cresciuta di venti punti percentuali

Il 55% delle forniture non va a Torino

TORINO

Fortemente orientati all'estero e con legami consolidati con le principali case produttrici mondiali. Oltre la metà della filiera automotive italiana non ha più tra i suoi clienti il gruppo Fiat-Chrysler, come rilevato dall'ultima indagine realizzata da Step per l'Osservatorio sull'automotive di Anfia e Camera di commercio di Torino. Nell'arco di un anno, la percentuale di produttori della filiera che non hanno più Fiat tra i propri clienti sono balzati dal 32 al 55 per cento. Per la prima volta, dunque, hanno superato la quota degli operatori di filiera che forniscono il Lingotto.

«Il nostro mercato di riferimento da sempre è la Germania» racconta Florenzo Vanzetto, a capo della Vrm di Bologna, azienda che produce componenti meccaniche per motori e telaistica. Volkswagen, Audi e

Bmw, dunque, accanto al comparto moto che pesa per il 60% della produzione. «Gli operatori tedeschi - aggiunge Vanzetto - sono portati a considerare gli operatori della filiera come partner veri e propri e questo rende possibile la gestione di ordini e investimenti».

Tutt'altro che un caso eccezionale quello della Vrm di Bologna, che si inserisce nel quadro della filiera dell'automotive emiliana, fortemente legata alle case estere. Proprio i produttori italiani, soprattutto nel polo del Nord Est ma di fatto presenti a macchia di leopardo in tutta Italia, sono tra i principali fornitori stranieri del Gruppo Volkswagen, ad esempio, all'indomani di acquisizioni di peso come quelle di Lamborghini, Italdesign e Ducati.

Discorso analogo si può fare per la filiera lombarda, fortemen-

te orientata ai mercati internazionali. Un caso emblematico è quello della Agrati, azienda della Brianza che ha triplicato il suo fatturato nell'arco di dieci anni, attraverso un processo di internazionalizzazione per crescita interna e acquisizioni, e che oggi ha tra i suoi principali clienti Renault Nissan, PSA e Gruppo Volkswagen. «Il Gruppo Fiat-Chrysler rappresenta una quota non superiore al 10% - sottolinea il direttore generale Paolo Pozzi - ma con possibili sviluppi assai interessanti, soprattutto negli Stati Uniti dove abbiamo contribuito a sviluppare e adattare la piattaforma della Giulietta per produrre negli States la Dart». Dieci stabilimenti, duemila addetti - mille dei quali in Italia - e 340 milioni di fatturato, con prospettive di crescita sul 2014 e una presenza consolidata in Cina. Un mercato che è ancora una "chimera" per la filiera italiana, seppure con qualche eccezione.

«Oggi la Cina - spiega Pozzi - rappresenta il 10% del nostro fatturato, abbiamo costruito autonomamente il nostro plant nella convinzione che in Italia si possa fare filiera mixando la produzione in Italia con quella all'estero, soprattutto nei mercati principali come il Far East. La Cina è il primo mercato per produzione e vendita di veicoli».

Germania (20%), Francia (11%) e America (oltre il 10% considerando soltanto Usa e Brasile) i principali mercati di esportazione per l'automotive italiano. Accanto a Polonia - dove sono operative numerose case automobilistiche europee -, Regno Unito e Spagna. Forte, quest'ultimo paese, di una produzione che ha raggiunto i 2,2 milioni di veicoli nel 2013 e la prospettiva di salire a 2,4 milioni quest'anno.

F. Gre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Piattaforma

LE TESTIMONIANZE

Vanzetto (Vrm): il nostro mercato di riferimento è ormai la Germania
Pozzi (Agrati): abbiamo uno stabilimento in Cina

● La «piattaforma» per la produzione di un'automobile è, in gergo, l'ossatura da cui partire per la realizzazione della vettura. Come conseguenza dell'internazionalizzazione e della globalizzazione della produzione, diversi modelli, per ottimizzare costi, forniture e pipe line organizzative e standardizzare la produzione, condividono oggi un'identica piattaforma. Solo in un secondo momento, si procede ad articolazioni e specializzazioni per rispondere alle richieste specifiche di ogni singolo mercato regionale

