
Auto- motive

Quale futuro
per i componenti
in gomma-plastica?

Transizione ecologica, caro energia e blocchi delle supply chain sono realtà ormai note alle imprese della filiera **automotive**.

Un mondo in cui la componentistica riveste un ruolo cruciale, con oltre **2.200 imprese attive in Italia** e un fatturato da **44,8 miliardi di euro**, contando gli operatori della subfornitura.

Dopo la **battuta d'arresto del 2020**, gli **ultimi dati di Anfia** dimostrano la capacità delle imprese di ripartire, con un **export** pari a **21,7 miliardi di euro**.

5,8 miliardi

Il saldo commerciale positivo dei componenti nel 2021

L'**alluminio**, ad esempio, è un ambito in cui la nostra componentistica sa ormai distinguersi: nel 2020 oltre il **40% della produzione** è stata destinata all'automotive. Lo scenario resta tuttavia **complesso**: il **prezzo del gas** è oscillato notevolmente nell'ultimo anno, con un picco di **220 €/MWh** a marzo e **rincari in vista** anche per il prossimo trimestre. Materiali come la **ghisa ucraina** non sono reperibili e il futuro della produzione sembra gravato da **grandi incognite**. Inoltre **Fit for 55**, il pacchetto di misure che punta ad azzerare le emissioni di CO2 nell'UE, pone **nuove sfide**.

2035

Stop alla vendita di motori endotermici nell'UE

Quali sono le possibili conseguenze per un Paese come l'Italia?

Motori elettrici: gli effetti per la gomma-plastica

L'affermazione del **motore elettrico** come **tecnologia di riferimento** impatterà sull'intera filiera della componentistica auto, inclusa quella della **gomma-plastica**. Il motivo? La **riduzione di parti** realizzate con questi materiali all'interno dei motori in favore, ad esempio, di componenti di cablatura elettronica.

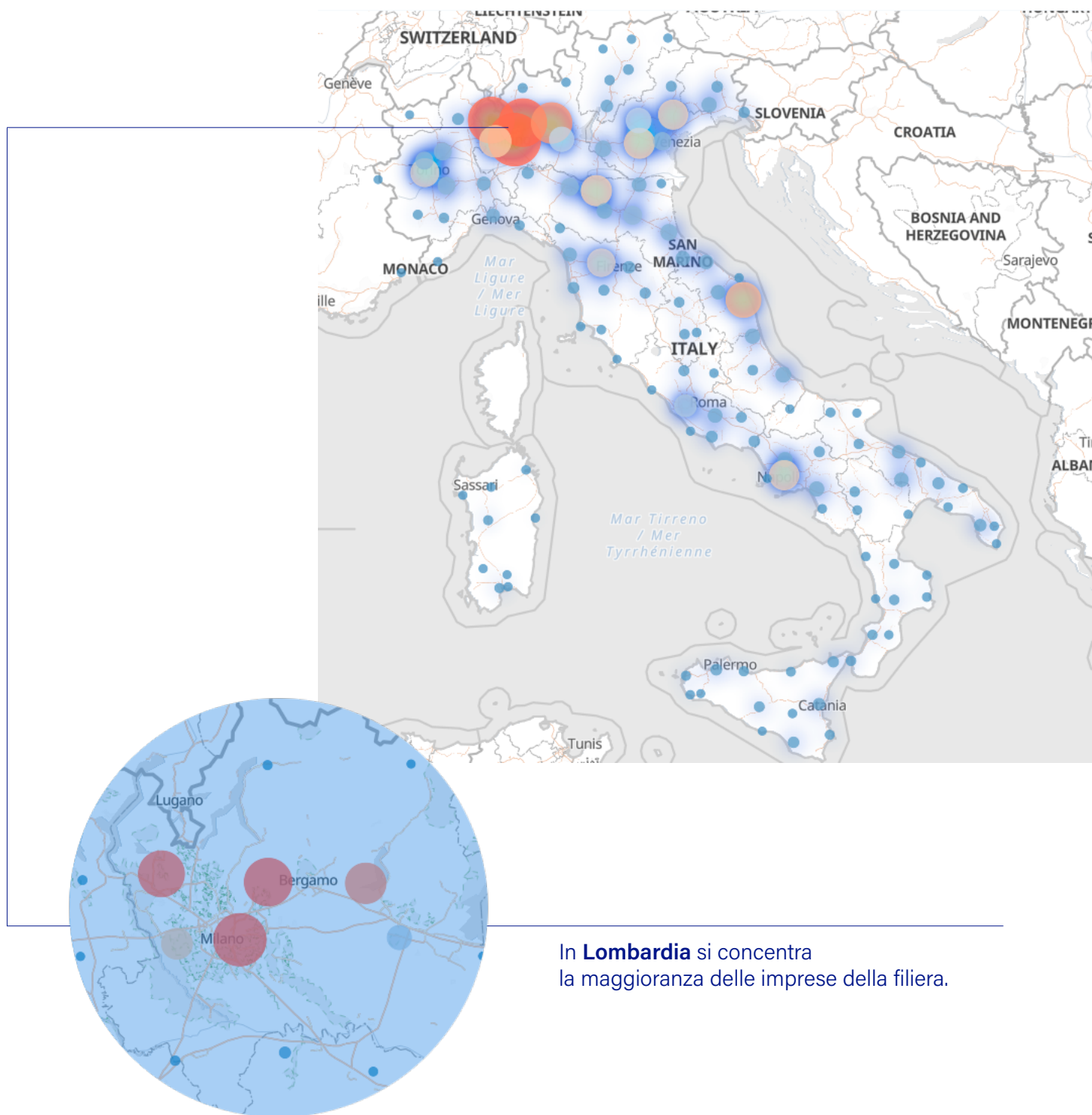
Cosa possono fare gli oltre 300 produttori italiani di gomma-plastica per l'automotive?

Innovare prodotti e processi in ottica *green*

Modificare i propri mercati di sbocco

Si tratta di un **percorso** destinato a svilupparsi secondo **due orizzonti temporali differenti**.

L'Analysis Center di Matchplat
ha mappato le aziende della gomma-plastica
attive nell'ambito **automotive**.



In **Lombardia** si concentra
la maggioranza delle imprese della filiera.

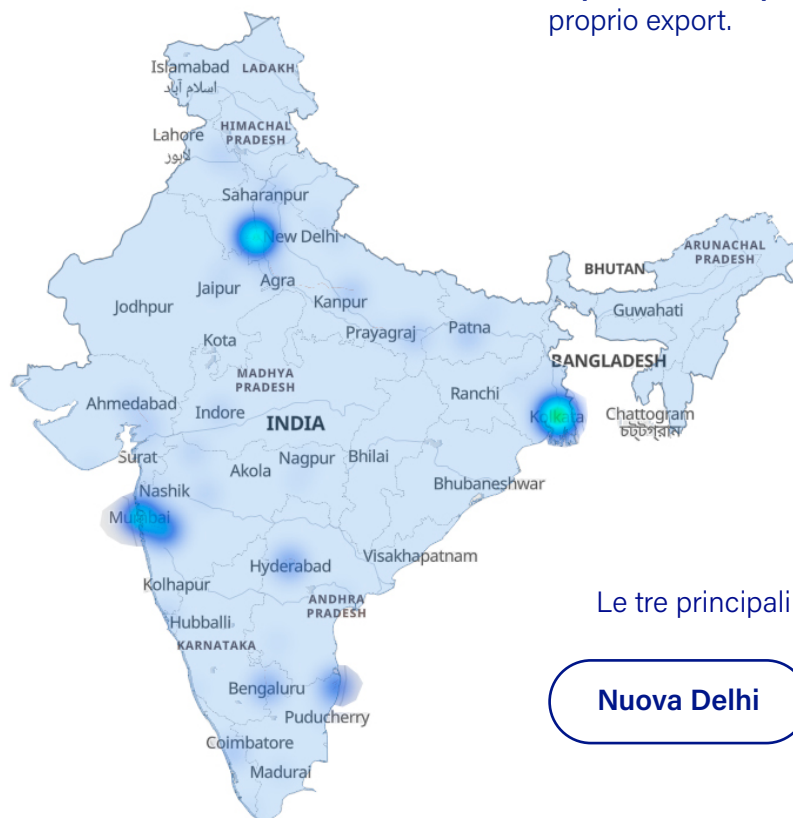
Il breve periodo: transizione più lenta e mercati inesplorati

Il **passaggio alla mobilità elettrica** non sarà uniforme in tutto il mondo. Se la data di fine vendita nella UE per i motori endotermici potrebbe essere il 2035, è diverso il caso di alcuni **Paesi asiatici**.

India

Transizione rimandata al 2050

Come emerso dalla **Cop26 di Glasgow** dello scorso anno, qui **la produzione potrebbe proseguire fino al 2050**, offrendo alle **imprese di componenti in gomma-plastica** nuove mete per il proprio export.



Le tre principali città indiane per la **produzione di motori**

Nuova Delhi

Mumbai

Calcutta

Il lungo periodo: nuove produzioni per settori diversi

Se orientarsi verso Paesi dove l'abbandono del **motore a scoppio** sarà più lento potrebbe essere una scelta immediata, ci sono tuttavia **strategie di lungo periodo** che le aziende devono considerare. **Chi produce gomma-plastica per l'automotive può focalizzarsi su nuove filiere.** Un'alternativa è rappresentata dal mondo degli **elettrodomestici**. Le aziende che non hanno relazioni con tale filiera potrebbero identificare al suo interno **nuovi clienti**.

Dopo l'Ungheria, la **Turchia** è oggi il secondo Paese del continente per produzione di elettrodomestici.

Ungheria (33.84%)

Turchia (20.83%)

Germania (18.05%)



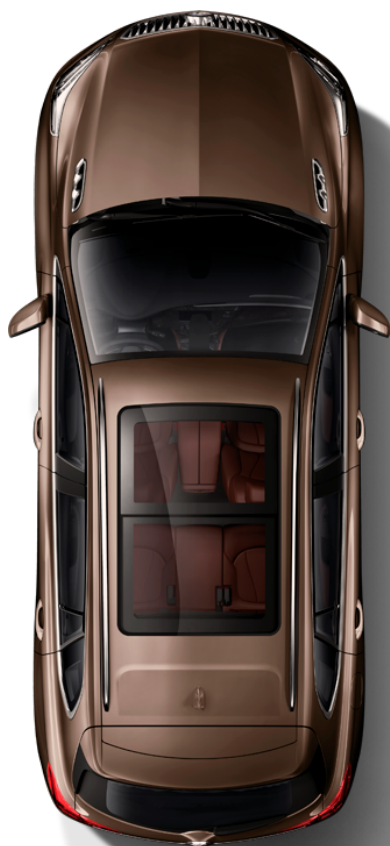
Le produzioni si
concentrano tra

Istanbul

Adapazari

Bursa

Cambiare **oggi** per non fermarsi *domani*



A prescindere dall'**orizzonte temporale**, è chiaro che le aziende della gomma-plastica debbano prepararsi per un **futuro diverso**, all'insegna di **nuove strategie**.

La parola d'ordine è **diversificazione**: nel breve periodo attraverso un cambiamento dei **mercati di sbocco**, nel lungo mediante una **trasformazione dei processi** con l'obiettivo di dare vita a soluzioni differenti in ottica *green*. Abbiamo preso in considerazione un'area del mondo in cui **la transizione sarà più lenta** come l'India, e successivamente abbiamo fotografato un sistema produttivo – quello degli **elettrodomestici** in Turchia – che potrebbe rappresentare un'alternativa per le aziende specializzate in **componenti in gomma-plastica**.

Vale la pena sottolineare come le **due strategie non si escludano a vicenda**, ma possano essere **complementari**. La crescita di domani dipenderà infatti dalle scelte di oggi, ma soprattutto da una visione capace di andare oltre il momento presente.

Per questo è importante guardare alle **opportunità** offerte da **mercati differenti** rispetto al passato, sviluppando prodotti e processi capaci di unire **efficienza e sostenibilità**.

L'Analysis Center di Matchplat

Costituito nel 2022, l'**Analysis Center** di **Matchplat** ha un **obiettivo: fotografare l'articolazione dei mercati mondiali**, in modo da offrire informazioni affidabili alle aziende che desiderino conoscere meglio determinate filiere e la loro struttura.

Nato dalla cooperazione tra il dipartimento **Marketing & Comunicazione** e quello di **Data Analysis** di Matchplat, l'Analysis Center si occupa della raccolta di dati e della loro rielaborazione al fine di valutare periodicamente l'evoluzione dei **centri industriali e commerciali** che costituiscono le **catene del valore globali**. La volontà è quella di fornire nuovi spunti strategici alle imprese italiane, aiutandole a mettere a fuoco le peculiarità dei mercati e delle aziende che li popolano, in modo da cogliere **nuove opportunità di crescita**.