



(fonte: Maserati)

FRANCO METTA

# Occhi puntati sull'automotive

L'industria automobilistica continua a giocare un ruolo importante per le economie mondiali: si tratta di un settore, apparentemente saturo, caratterizzato da una forte competitività e dalla continua ricerca di innovazione

L'industria automobilistica è da sempre al centro dell'attenzione del mondo industriale ed economico. E' uno dei settori manifatturieri più importanti a livello mondiale ed è sempre stata caratterizzata da forte competitività. L'industria automobilistica è stata anche tra i primi settori industriali ad aver affrontato la sfida della globalizzazione. L'andamento economico e l'evoluzione tecnologica di questo settore possono incidere, direttamente o indirettamente, sulla vita di milioni di persone. Non stupisce dunque l'interesse che ogni giorno gli operatori economici manifestano per questo settore.

## Competitività e innovazione

Al settore automotive è stato dedicato un ampio capitolo del rapporto 2004

sulla competitività dell'industria europea redatto dalla Commissione Europea. Il rapporto prende in esame alcuni aspetti fondamentali tra cui la rilevanza economica, il ruolo della tecnologia, i mercati internazionali.

Stando al rapporto l'industria automobilistica è tra le più importanti in Europa: occupa circa il 6% degli addetti totali del settore manifatturiero e produce il 7% del prodotto manifatturiero complessivo. Per contrasto, nella sola Europa comunitaria (estesa a 15 Stati Membri), negli Stati Uniti e in Giappone l'automotive contribuisce con meno del 2% al prodotto interno lordo, garantendo meno dell'1,5% dei posti di lavoro complessivi.

L'importanza dell'industria automobilistica deriva, in gran parte, dai suoi legami con le economie nazionali e con quella internazionale.

Sebbene l'industria automobilistica non possa essere considerata all'av-

guardia tecnologica, costituisce uno dei maggiori fattori di pilotaggio delle nuove tecnologie e della diffusione delle innovazioni in tutti i settori dell'economia.

Quasi il 20% del contributo alla ricerca e sviluppo nei settori manifatturieri può essere ascritto ai costruttori di auto. Gli stretti legami tra quest'industria e svariati altri settori manifatturieri (chimica, plastica, particolari elettrici ed elettronici, ecc.) contribuiscono alla rapida diffusione delle nuove tecnologie.

L'industria promuove inoltre la richiesta d'innovazione da parte di altri settori, inclusi quelli tecnologicamente più avanzati come l'ICT. Infine, i veicoli a motore costituiscono uno dei più importanti beni di consumo in termini di spesa sostenuta dalle famiglie. Trattandosi dei più rilevanti tra i beni di consumo durevoli (comparabili soltanto alle abitazioni), la richiesta di

veicoli a motore è strettamente correlata alla congiuntura economica.

## Valore aggiunto

All'interno dell'Unione Europea, la produzione di veicoli a motore è piuttosto concentrata in pochi Paesi. I maggiori produttori si trovano in Germania (che, nell'Europa a 15, contribuisce per il 45% al valore aggiunto totale nella produzione di veicoli a motore), seguita da Francia (17%), Gran Bretagna (11%), Italia (7%), Spagna (7%) e Svezia (6%). Questi 6 paesi insieme producono circa il 93% dei veicoli a motore fabbricati nell'Unione Europea estesa a 15 Stati. Lo quota costituita dai veicoli a motore nel complesso del valore aggiunto manifatturiero è rimasta stabile dal 1991 nell'Europa a 15 e in Giappone, mentre è aumentata significativamente negli Stati Uniti. Nel 1991, la quota era dell'8% circa in Giappone (9% nel 2000), 4% negli Stati Uniti (8% nel 2000) e 6% nell'Europa a 15 (7% nel 2000). All'interno dell'Unione Europea la produzione di veicoli è più importante in termini di quota di mercato rispetto alla totalità della produzione in Svezia (15% del valore aggiunto totale manifatturiero nel 2002), Germania (13%), Francia (10%),

Spagna (7%), Belgio (7%), Austria (6%), Gran Bretagna (5%) e Italia (4%). In futuro, secondo le previsioni della Commissione Europea, le innovazioni nel campo dei veicoli riguarderanno principalmente i sistemi di controllo elettronici e software, che necessitano di essere integrate con i componenti meccanici tradizionali dell'automobile. Saranno i fornitori di componenti tradizionali o i nuovi potenziali fornitori del settore a guidare le nuove attività a valore aggiunto. Il risultato sarà che una cospicua parte della ricerca e sviluppo passerà a loro. I costruttori dei veicoli cercheranno di ottenere per sé questa quota di valore aggiunto, facendo leva sui costi presso il fornitore del componente e ottimizzando i costi della loro rete commerciale. Negli ultimi anni, all'incirca la metà delle attività di ricerca e svilup-

po dell'industria automobilistica sono state portate avanti dai fornitori. I costruttori mantengono il più rigoroso controllo soltanto nel campo del motore e della scocca. I fornitori di primo livello stanno così diventando partner



**Innovazione continua: comprenderemo oggi un'automobile senza alzacristalli elettrici?**  
(fonte: Motorola Semiconduttori)

## Una tesi sull'industria delle industrie

"Fin dalla sua nascita, il settore automotive ha ricoperto un ruolo fondamentale per l'intera economia mondiale, non a caso è stato definito 'l'industria delle industrie', oltre che per il numero di addetti anche in quanto fucina di innovazioni che poi hanno influenzato tutti gli altri settori." Comincia così la tesi di laurea 'La riorganizzazione nel settore automotive: il rapporto con i fornitori e la distribuzione' scritta da Umberto Santopietro, per la facoltà di Economia all'Università degli Studi di Foggia. L'automotive da un po' di anni alterna situazioni di crisi a riprese più o meno incoraggianti. La sua caratteristica principale è quella di essere un settore in continuo 'movimento', nel senso che, essendoci una forte competizione, le Case automobilistiche fanno dell'innovazione continua la loro arma principale. La tesi di Santopietro, pubblicata sul sito [www.tesionline.it](http://www.tesionline.it), si propone di esaminare le dinamiche che hanno portato alla crisi dell'auto e vedere quali sono le strade che stanno intraprendendo le Case per rinvigorire il settore. La prima parte è dedicata al mercato e riguarda profondi cambiamenti che lo hanno interessato, prendendo come punto di partenza del cambiamento le crisi petrolifere del '73 e '79, che rappresentano lo spartiacque tra due modi completamente diversi di concepire il prodotto auto. Nella seconda parte arriva la risposta dei costruttori che, viste le nuove esigenze, devono attuare un profondo ripensamento del processo produttivo, prendendo come modello il modo di produrre auto 'Made in Japan': la lean production. Quest'ultima è anche la base di partenza del nuovo rapporto che si instaura tra Case e fornitori per il raggiungimento degli obiettivi di globalizzazione e innovazione continua. La terza parte della tesi, infine, è dedicata al marketing, il cui ruolo è stato rivalutato negli anni. Nell'ambito del marketing, poi, rilevanza centrale è affidata al ruolo della distribuzione e al possibile snellimento della stessa, in virtù delle novità introdotte dalla Commissione Europea con il Regolamento 1400/2002.

indispensabili dei costruttori per quanto concerne sia l'innovazione, sia il processo produttivo. La tendenza ad assumersi nuove mansioni e le pressioni per ottenere riduzioni di costo

## Mercati internazionali

Dallo studio sulla competitività emerge che il settore automobilistico è caratterizzato da un rapporto commercio/vendite relativamente basso. Ne



**Il mercato nordamericano rimane di fondamentale importanza per alcuni costruttori europei di auto di lusso (fonte: Maserati)**

supplementari dovrebbero portare a un ulteriore consolidamento e internazionalizzazione del parco fornitori, giù fino ai fornitori di secondo livello.

conseguono che un investimento straniero diretto orientato al mercato è la caratteristica prevalente della globalizzazione. Il commercio e l'investimento straniero diretto non sono tuttavia sempre in opposizione e l'industria dell'auto ne è un esempio. Per determinare quanto sia competitiva l'industria automobilistica europea, è necessario prenderne in esame i risultati sia a livello di nazione, sia a livello di azienda. Un tipo di approccio basato sull'analisi dei marchi è in grado di offrire alcuni spunti iniziali interessanti. Sebbene la produzione della maggior parte dei costruttori di auto sia dislocata nel

mondo in diversi paesi lungo la catena del valore, si ritiene che i marchi riflettano ancora una sorta di identità nazionale.

Il mercato dell'Unione Europea a 15 è dominato dai marchi europei. Tra il 1998 e il 2002 si sono avute soltanto piccole variazioni nelle quote di mercato dei vari marchi. I marchi francesi e tedeschi detengono di gran lunga le quote maggiori e hanno altresì dimostrato di saper estendere la loro presenza sul mercato, mentre le fette di mercato dei marchi italiani e inglesi si sono ridotte. I marchi giapponesi sono i giocatori esterni più rappresentati sui mercati europei, considerevolmente davanti a quelli coreani. Le quote di mercato di entrambi i gruppi asiatici sono cambiate poco tra il 1998 e il 2002. I grandi costruttori americani servono i mercati europei per lo più attraverso le loro affiliate europee (come per esempio Opel). In questo modo, sebbene i marchi tradizionali americani possano sembrare assenti dai mercati europei, i costruttori americani in realtà non lo sono.

I marchi giapponesi controllano il mercato giapponese quasi in esclusiva. Soltanto alcuni marchi tedeschi hanno fatto qualche apprezzabile progresso nel mercato giapponese, sebbene non siano stati in grado di incrementare la loro quota tra il 1998 e il 2002. Nel mercato statunitense, i marchi americani detengono la maggior fetta, che sono addirittura riusciti ad ampliare tra il 1998 e il 2002. I marchi

## Nuove direttive europee su EMC

Due nuove direttive europee entreranno in vigore tra l'inizio del 2006 e il 2007: la 2004/108/CE EMC e la 2004/104/CE Automotive. Nel corso di questi anni le aziende hanno preso confidenza con il significato della marcatura CE dei prodotti e dell'omologazione dei componenti e dei sistemi elettronici da installare a bordo autoveicolo. A partire dagli anni '90, durante i quali si è iniziato a parlare di direttive inerenti la compatibilità elettromagnetica (EMC), le imprese hanno imparato che il soddisfacimento di queste è, oltre che obbligatorio per l'immissione dei prodotti sul mercato, in molti casi fondamentale per superare la concorrenza di quei paesi emergenti, i cui prodotti non presentano ancora i requisiti di 'bontà' nei confronti delle perturbazioni elettromagnetiche e, di conseguenza, di corretto funzionamento in ambienti critici.

Le direttive precedenti hanno dato ad alcuni problemi di interpretazione e la Commissione Europea ha iniziato una procedura di modifica, che ha portato alla fine del 2004 alla pubblicazione di due nuove direttive europee che riguardano la compatibilità elettromagnetica di due mondi molto importanti per l'industria italiana: l'automobile con tutta la sua componentistica elettronica e l'industria elettronica in senso generale, dall'elettrodomestico alle apparecchiature di information technology, a tutto il mondo industriale.

giapponesi detengono una quota considerevole, anche se in diminuzione. Per contrasto, i marchi coreani hanno guadagnato porzioni considerevoli tra il 1998 e il 2002. I marchi tedeschi detengono la terza più importante quota sul mercato statunitense, per quanto in lieve calo tra il 1998 e il 2002.

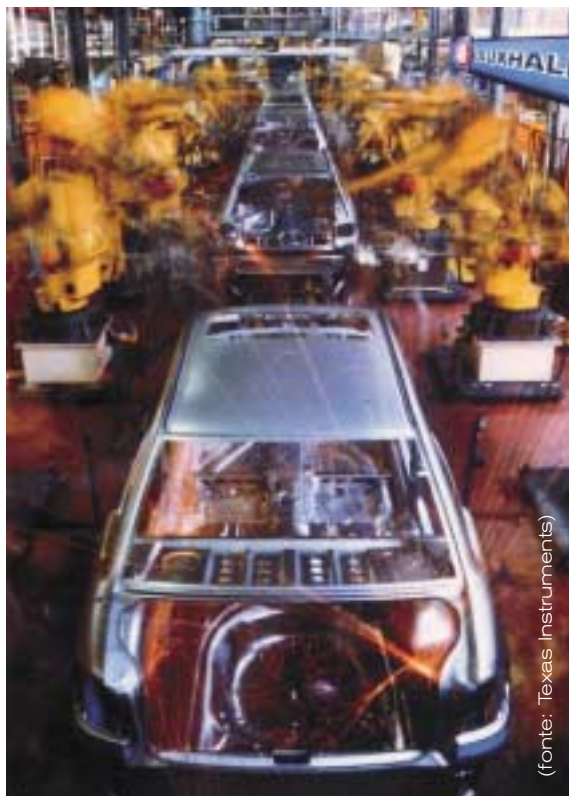
Ciò nonostante, il mercato nordamericano rimane di fondamentale importanza per alcuni costruttori europei di auto di lusso, che in esso realizzano una parte rilevante del loro fatturato complessivo.

## Uno sguardo al futuro

Della situazione globale del settore nel settore automotive si è parlato anche lo scorso 19 marzo a Rapallo durante il meeting 'La macchina utensile italiana si confronta con i grandi utilizzatori', organizzato da Ucimu - Sistemi per Produrre in collaborazione con l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero. In questa occasione è stato presentato dal professor Gian Maria Gros-Pietro, direttore del Dipartimento Economia Università Luiss, lo studio sul settore automotive condotto da Ucimu in collaborazione con ICE. Dal 2005 al 2010 la produzione di veicoli nel mondo registrerà un incremento medio annuo pari al 2,3%. Nel 2010 saranno dunque 70,5 milioni i veicoli prodotti nel mondo: questo è quanto emerge dallo studio intitolato 'Lo scenario globale del settore automotive: implicazioni per i fornitori di mezzi di produzione' che, accanto all'analisi delle prospettive del settore e delle richieste della domanda, rileva i volumi della produzione di veicoli per area geografica.

Secondo le previsioni 2005-2010, a fronte di una crescita assai modesta nelle tradizionali aree di produzione automotive, quali Nord America e Europa Occidentale, che registreranno tassi di incremento annui pari all'1%, le aree più dinamiche saranno America Meridionale (+7,1%) e

Europa Orientale (+4,7%). L'Asia continuerà ad aumentare la propria produzione con un tasso di crescita pari al +3,2%, escludendo il Giappone il tasso di crescita sarà del 6,3%, più contenuto rispetto ai valori degli anni precedenti ma tale da permettere co-



(fonte: Texas Instruments)

munque il consolidamento della leadership. Secondo lo studio, nel 2010 la produzione mondiale di automotive sarà ripartita tra Asia, con una quota pari al 37,7% del totale, Europa Occidentale con il 25,7%, in calo rispetto all'attuale 27,5%, Nord America (24,6%), Europa Orientale (7%) e Sud America (4,5%). Per quanto riguarda il continente asiatico, se tra il 1998 e il 2004, ha visto crescere da 15,3 milioni a 21,9 milioni il numero di veicoli prodotti, nel 2010 produrrà 26,5 milioni di unità. In particolare, nel periodo compreso tra il 2005 e il 2010 la Cina incrementerà del 51% la propria produzione di autoveicoli. Meglio faranno India, con un +74% e i paesi Asean (Thailandia, Malesia, Indonesia, Filippine) con una crescita del 77%. Più contenuta la crescita in Corea del Sud pari a +12%. Di segno negativo, invece, la produzione in Giappone dove il numero di

autoveicoli dovrebbe calare del 6,4%. Lo studio evidenzia come l'industria automotive potrebbe essere soggetta, nei prossimi anni, a forti mutamenti. Tre, in particolare, sono le questioni aperte. La prima è legata al contesto competitivo: a fronte di un pesante ecc-

esso produttivo ci si interroga su quali saranno i costruttori in grado di sopravvivere sul mercato globale. La seconda riguarda lo sviluppo di nuove tecnologie produttive a basso impatto ambientale, al fine di ridurre i problemi quali l'inquinamento e il traffico nei centri urbani; la terza è inerente alla struttura del settore che potrebbe nel futuro vedere modificato il potere contrattuale degli attuali grandi produttori di autoveicoli. L'industria dell'auto ha vissuto nel corso degli anni tre 'rivoluzioni' decisive: la catena di montaggio e l'auto per tutti (Ford), la differenziazione di prodotto e di marchio (General Motors) e la 'lean production' e la qualità totale (Toyota). L'eccesso di capacità produttiva e la pres-

sione a rinnovare radicalmente i mezzi di trasporto potrebbero indurre molti OEM a concentrarsi solo sui punti di forza (motori, progettazione, marketing, ecc.), dando probabilmente origine a una quarta rivoluzione.

In un contesto così dinamico sono molto utili i tre consigli che, a conclusione dello studio, Ucimu e Ice indirizzano ai fornitori di mezzi di produzione: visto che la produzione tende a crescere maggiormente nei mercati emergenti occorre internazionalizzarsi; poiché l'automobile è soggetta a continui cambiamenti tecnologici anche chi fornisce mezzi di produzione deve puntare sull'innovazione; e infine, per 'farsi notare' dai nuovi protagonisti nei paesi emergenti è necessario puntare molto anche sul marketing e sulla comunicazione. ■

**Ucimu - Sistemi per produrre**  
readerservice.it n. 23