

4.3.1	Indipendenti e di dimensioni contenute, anche se iniziano fenomeni di consolidamento: un'azienda su quattro appartiene a gruppi e ha dimensioni medie o grandi.	58
4.3.2	"L'arancia" della fornitura nazionale vale 39 miliardi di euro. Quella piemontese, da sola, ne fattura 19,7	60
4.3.3	L'acquisizione dei dati effettivi dai bilanci 2007 e il confronto con le stime basate su dati 2006: la verifica del metodo utilizzato	64
4.4	La crisi congiunturale: le imprese cercano di superarla razionalizzando le risorse e chiedendo garanzie per l'ottenimento di linee di credito	65
4.5	Le direttrici del fatturato: destinazione finale per settori e clienti	66
4.6	I clienti della filiera: ripartizione fra commesse verso Fiat, mercato nazionale ed estero	68
4.6.1	Il gruppo Fiat come committente diretto o indiretto: ancora fondamentale, ma pesa meno del 50% sul totale dei ricavi di filiera	68
4.6.2	Gli sbocchi esteri: seppur con i clienti finali in difficoltà la filiera si spinge verso i mercati emergenti	71
4.7	Il portafoglio prodotti: la crisi frena l'innovazione e la ricerca, ma aumenta l'attenzione per le intese con partner pubblici e privati	75
4.7.1	La spesa in ricerca e sviluppo tiene nonostante la congiuntura difficile	77
4.7.2	Gli investimenti in R&S riguardano l'innovazione di prodotto, ma allo stesso tempo si concentrano nella diminuzione dei costi di produzione	78
4.8	Il focus sul Piemonte: la regione dell'auto è protagonista nelle soluzioni per andare oltre la crisi	80
APPENDICE STATISTICA		84