

I buoni risultati della casa italiana hanno contribuito a fornire nuovo "propellente" alla fornitura italiana, anche se il recupero di 160mila auto fabbricate rispetto al 2005, non ha riportato la produzione interna (900mila auto) alla quota di un milione e 400mila ante la recessione del 2000. Come ha fatto l'arcipelago della fornitura a far fronte alla diminuzione della domanda interna, confermando di anno in anno incrementi di fatturato?

L'indagine del 2007 (alla quale si dedica la seconda parte del rapporto, capitolo IV) conferma che sono stati i mercati internazionali a compensare la ristrutturazione nazionale della produzione finale interna di veicoli.

L'internazionalizzazione tuttavia ha premiato particolarmente i migliori. Giacché coloro che sono riusciti a inserirsi nelle catene di fornitura globale hanno dovuto competere non solo sul prezzo, ma sulla qualità, la tempestività delle forniture, il rispetto di standard qualitativi e di inquinamento.

Il mercato internazionale è stato selettivo per le imprese della fornitura, ma la maggior parte l'ha superata ed è riuscita a trasformare le minacce in opportunità. È diventato più difficile guadagnarsi spazio nella rubrica dei committenti tradizionali, ma progetti come From Concept to Car hanno dimostrato che le aziende italiane sono in grado di presentarsi all'estero e guadagnare quote di mercato e prestigiose commesse internazionali.

È stata quindi per l'Osservatorio più una conferma che una piacevole sorpresa rilevare che nel 2006 le 789 società di capitali della filiera automotive italiana, intervistate dall'indagine annuale promossa dalla Camera di Commercio di Torino, siano riuscite complessivamente ad accrescere il proprio fatturato del 9 per cento rispetto al 2005.

Tale giro d'affari dipende sempre più dai mercati esteri. Le imprese esportatrici sono più del 70 per cento delle intervistate (l'anno scorso erano il 60 per cento). Parallelamente cresce lo sforzo per penetrare i mercati emergenti come l'Asia e l'Europa Centro-Orientale.

Come riflesso, sul fronte del mercato interno si confermano i margini di indipendenza delle aziende dal primo costruttore nazionale. Nonostante il forte rilancio del Gruppo Fiat negli ultimi due anni, il 46 per cento delle intervistate non ha fatto affari con esso o suoi fornitori, e per un altro 20 per cento queste commesse pesano meno di un quarto dell'intero fatturato. Ponderando queste percentuali, si scopre però che la dipendenza media cresce con la