

3.4 Nel 2012 il fatturato della filiera autoveicolare italiana flette a causa del mercato finale europeo in flessione.....	47
3.4.1 Il 2012 vede la flessione della filiera del 9,2%.....	47
3.4.2 Il 2012 si è aperto con qualche tiepido segnali in rosa, in particolare dai clienti esteri della filiera automotive nazionale.....	51
3.5 I clienti e le fonti di ricavo della filiera	53
3.5.1 Il Gruppo Fiat, storia di una relazione complessa, ma che si diluisce	53
3.5.2 L'internazionalizzazione della filiera: anche se il mercato estero flette per un anno, i mercanti esteri sono sempre più strategici come fonte di ricavi e diversificazione del rischio.....	55
3.5.3 Le direttrici del fatturato: la filiera diversifica il portafoglio ordini per abbassare i rischi congiunturali e recuperare i livelli pre-crisi.....	62
3.6 I driver che guidano la crescita delle imprese della filiera.....	65
3.6.1 Le leve competitive, l'innovazione e la spesa in ricerca e sviluppo	65
4.5.2 Nel campo della ricerca, dello sviluppo e dell'innovazione esistono margini di crescita: per colmarli uno degli strumenti fondamentali sono le collaborazioni, anche strutturate sotto forma di reti d'impresa.....	68
4.5.3 Una delle frontiere dell'innovazione e una possibile fonte di ricavi futura: le tecnologie verdi	70
CAPITOLO IV	72
La filiera nazionale è composta da diverse realtà. I casi dell'Abruzzo del Piemonte e di Modena mostrano punti di forza sui quali basare la ripresa.....	72
4.1 Il Piemonte: la prima ragione in Italia per produzione di parti e componenti d'auto, 18 miliardi di fatturato per 90mila addetti.....	75
4.2 L'Abruzzo: un difficile 2012 mette in risalto criticità da superare in vista delle grandi opportunità da cogliere	80
4.3 La provincia di Modena: il vantaggio dell'eccellenza.....	82
APPENDICE STATISTICA	87