

3.2 L'indagine sul campo: modalità e metodologie.....	49
3.2.1 L'indagine condotta online ha raccolto le dichiarazioni di un campione di 272 responsabili di impresa.....	49
3.2.2 La metodologia di stima del fatturato: l'acquisizione dei dati effettivi dai bilanci 2010 e il confronto con le stime della scorsa edizione dell'Osservatorio.....	51
3.3 Nel 2011 la filiera autoveicolare italiana è riuscita a incrementare i fatturati nonostante il difficile contesto nazionale e internazionale.....	52
3.3.1 Nel 2011 il fatturato totale della filiera è cresciuto del 3,5%.....	52
3.3.2 Nonostante il recupero dei fatturati nel 2010 e 2011, la crisi ha impattato significativamente su ricavi e occupazione.....	55
3.3.3 Il 2012 si apre con segnali negativi da parte dei clienti italiani e stranieri.....	56
3.4 Le fonti di ricavo della filiera.....	57
3.4.1 Il Gruppo Fiat pesa meno della metà sui fatturati di filiera.....	57
3.4.2 L'internazionalizzazione della filiera: i mercati esteri sono sempre più strategici come fonte di ricavi e diversificazione del rischio.....	59
3.4.3 Le direttrici del fatturato: la filiera diversifica il portafoglio ordini per abbassare i rischi dovuti alla congiuntura e recuperare i livelli pre-crisi.....	64
3.5 I driver che guidano la crescita delle imprese della filiera.....	67
3.5.1 Le leve competitive, l'innovazione e la spesa in ricerca e sviluppo.....	67
3.5.2 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.....	70
3.5.3 Una delle frontiere dell'innovazione e una possibile fonte di ricavi futura: le tecnologie verdi.....	71
3.6 Il Piemonte: la filiera subalpina torna a crescere anche grazie a innovazione e diversificazione.....	73
<b>APPENDICE STATISTICA.....</b>	<b>79</b>