

Esportazioni della filiera auto (valori in milioni di euro)					
	2000	2001	2002	VAR.% 2001-2002	VAR. % 2000-2002
<i>Autoveicoli</i>					
Italia	11.718	11.632	11.047	-5,00	-5,70
Piemonte	3.725	3.388	2.975	-12,20	-20,10
Piemonte/Italia (%)	31,79	29,13	26,93	-	-
<i>Carrozzerie per rimorchi e semirimorchi</i>					
Italia	618	538	551	2,40	-10,80
Piemonte	197	116	97	-16,40	-50,80
Piemonte/Italia (%)	31,88	21,56	17,60	-	-
<i>Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori</i>					
Italia	8.447	8.648	8.624	-0,30	2,10
Piemonte	3.149	3.189	3.227	1,20	2,50
Piemonte/Italia (%)	37,28	36,88	37,42	-	-
<i>Componenti/autoveicoli (%)</i>					
Italia	72,09	74,35	78,07	-	-
Piemonte	84,54	94,13	108,47	-	-

Fonte: elaborazione IRES su dati ISTAT

visa nell'interazione fra produttori finali, fornitori, laboratori di ricerca e università.

L'avanzata di attori intermedi, partner e specialisti sul mercato globale

La necessità di proporre nuovi attori industriali sulla scena regionale impone di guardare a quei sistemi locali connotati da caratteristiche distrettuali o dalla presenza di poli di specializzazione. Questi, a causa del ridimensionarsi della monocultura industriale nella regione, si sono già messi in evidenza nel passato in termini di dinamiche alternative di sviluppo industriale: il tessile, i sistemi per produrre, la rubinetteria e il valvolame, i casalinghi, le bevande, il dolciario, la gioielleria e molte altre specializzazioni. Qui si possono rinvenire, spesso all'interno di sistemi produttivi locali, medie imprese in qualità di partner di livello o di specialisti sul mercato globale nei settori o nelle nicchie entro le quali operano.

La capacità di competere risente sempre più negativamente del modello di specializzazione, in non poche situazioni ancora incentrato su prodotti "tradizionali". Questi sono più esposti alla concorrenza

delle economie emergenti, che non possono essere rincorse solo con dosi sempre più massicce di flessibilità o con economie esterne più funzionali, riflettendo un problema tipico dell'industria nazionale.

È prevedibile che in prospettiva possa manifestarsi negativamente l'ostacolo dell'eccessiva frammentazione dell'offerta, tanto da dover riconoscere una vera e propria "questione dimensionale"; ossia la necessità di conseguire strutture aziendali più adatte, in termini di massa critica, per il presidio dei mercati mondiali e per il marketing globale, per l'adozione e la gestione delle nuove tecnologie, in particolare delle ICT, per il conseguimento di un maggior potere contrattuale commerciale e negli acquisti, per l'assorbimento dei costi di uso del mercato e di quelli amministrativi, per il management delle economie ambientali.

In questo senso lo sviluppo dei servizi alle imprese che sta caratterizzando l'economia regionale costituisce un indubbio segnale di evoluzione lungo percorsi virtuosi. Ma occorre far crescere dimensionalmente le imprese e favorire la nascita di nuovi pilastri per creare massa critica nella ricerca e nell'innovazione. È necessario