



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Camera di Commercio
Modena



Università
Ca' Foscari
Venezia



Osservatorio componentistica automotive italiana

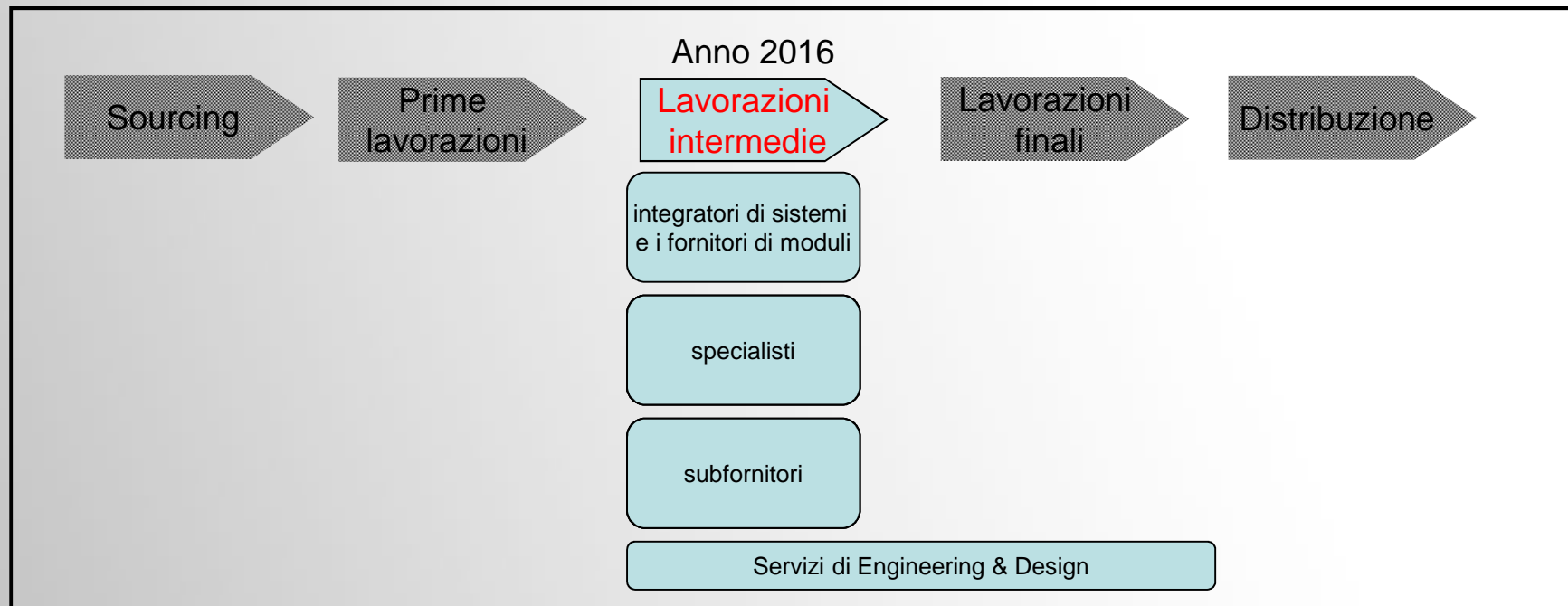
Edizione 2016



Barbara Barazza

Responsabile Settore Studi, statistica e prezzi
Camera di commercio di Torino

I mestieri della filiera



I numeri della componentistica in Italia

Categorie di fornitori	Imprese	2015		2014	Var.%	2015	2014	Var.%
	v.a.	fatturato (mln Euro)	di cui solo auto	fatturato solo auto (mln Euro)	2015/2014 fatturato automotive	addetti automotive	addetti automotive	2015/2014 addetti automotive
Subfornitori	1.040	7.818	4.511	4.401	2,5%	19.283	18.857	2,3%
Specialisti	661	29.951	21.625	20.436	5,8%	66.072	63.026	4,8%
Engineering&Design	167	1.135	989	896	10,4%	6.660	6.004	10,9%
Sistemisti/modulisti	88	12.958	11.675	10.915	7,0%	44.241	43.337	2,1%
TOTALE	1.956	51.862	38.800	36.648	5,9%	136.258	131.224	3,8%

Caratteristiche dell'indagine

Questionario on-line di 34 domande in più sezioni tematiche



Somministrazione nella primavera 2016



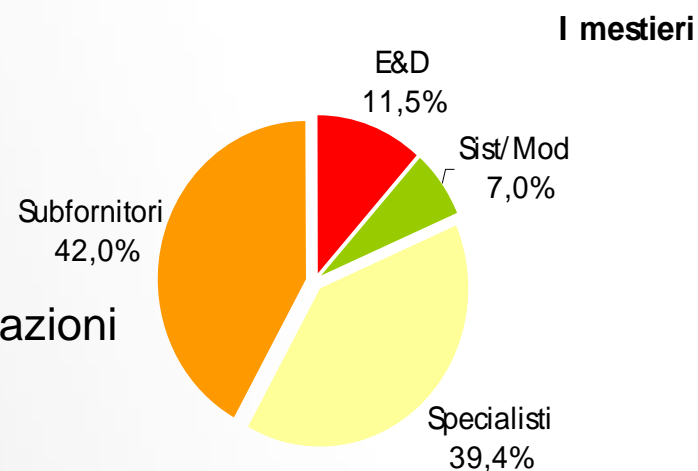
Coinvolte circa 2.700 imprese a livello nazionale



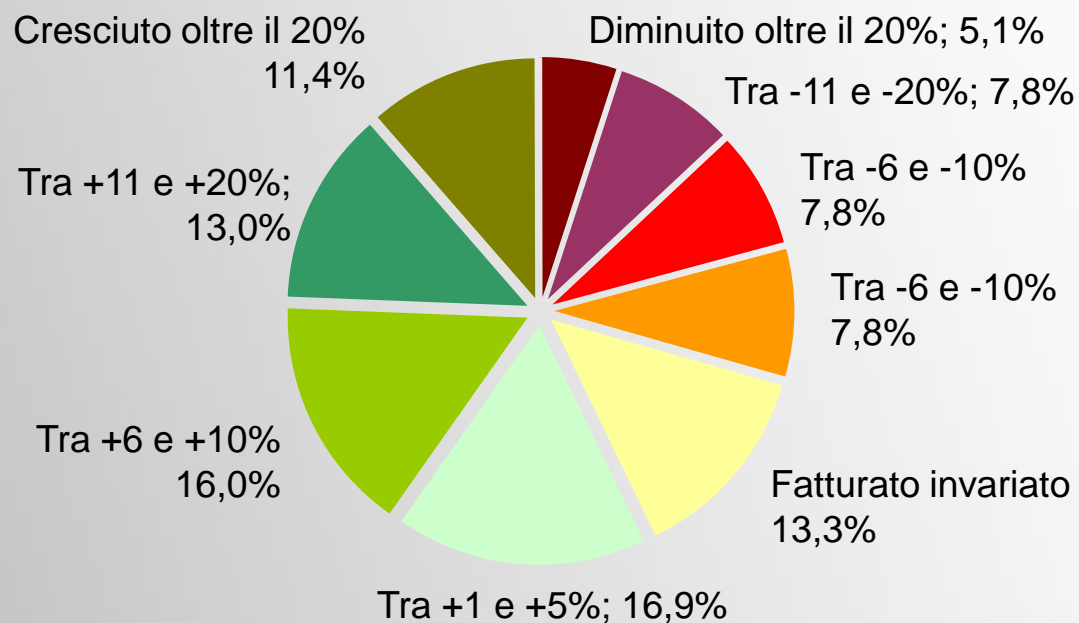
Il campione

355 imprese rispondenti

- 12 miliardi di fatturato
di cui il 75% derivante dal settore *automotive*
- 50.900 addetti
di cui il 71% occupati direttamente nel settore *automotive*
- 72% società a responsabilità limitata e 27% per azioni
- 43% piccole e 29% medie imprese
- 38% fatturato tra 2-10 milioni
- 71% degli operatori è attivo anche nell'*aftermarket*



Andamento del fatturato (2015/2014)

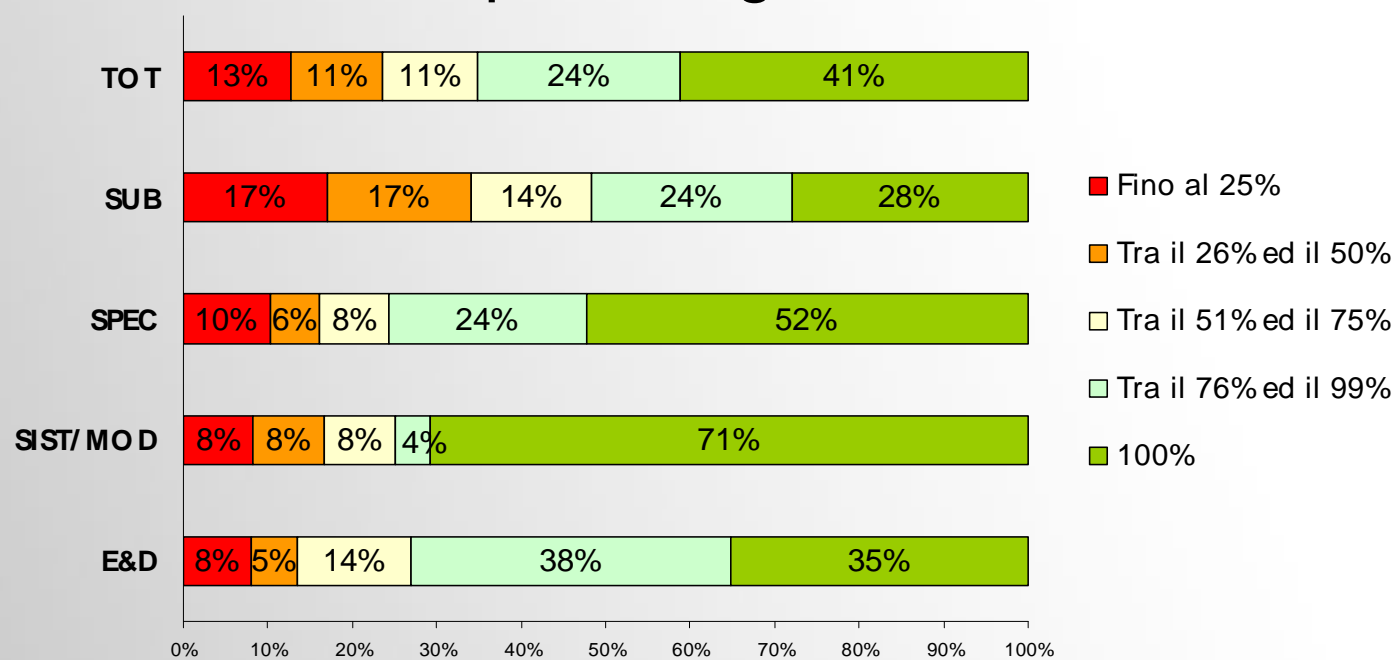


Saldo dichiarazioni
aumento e diminuzione:
+28%

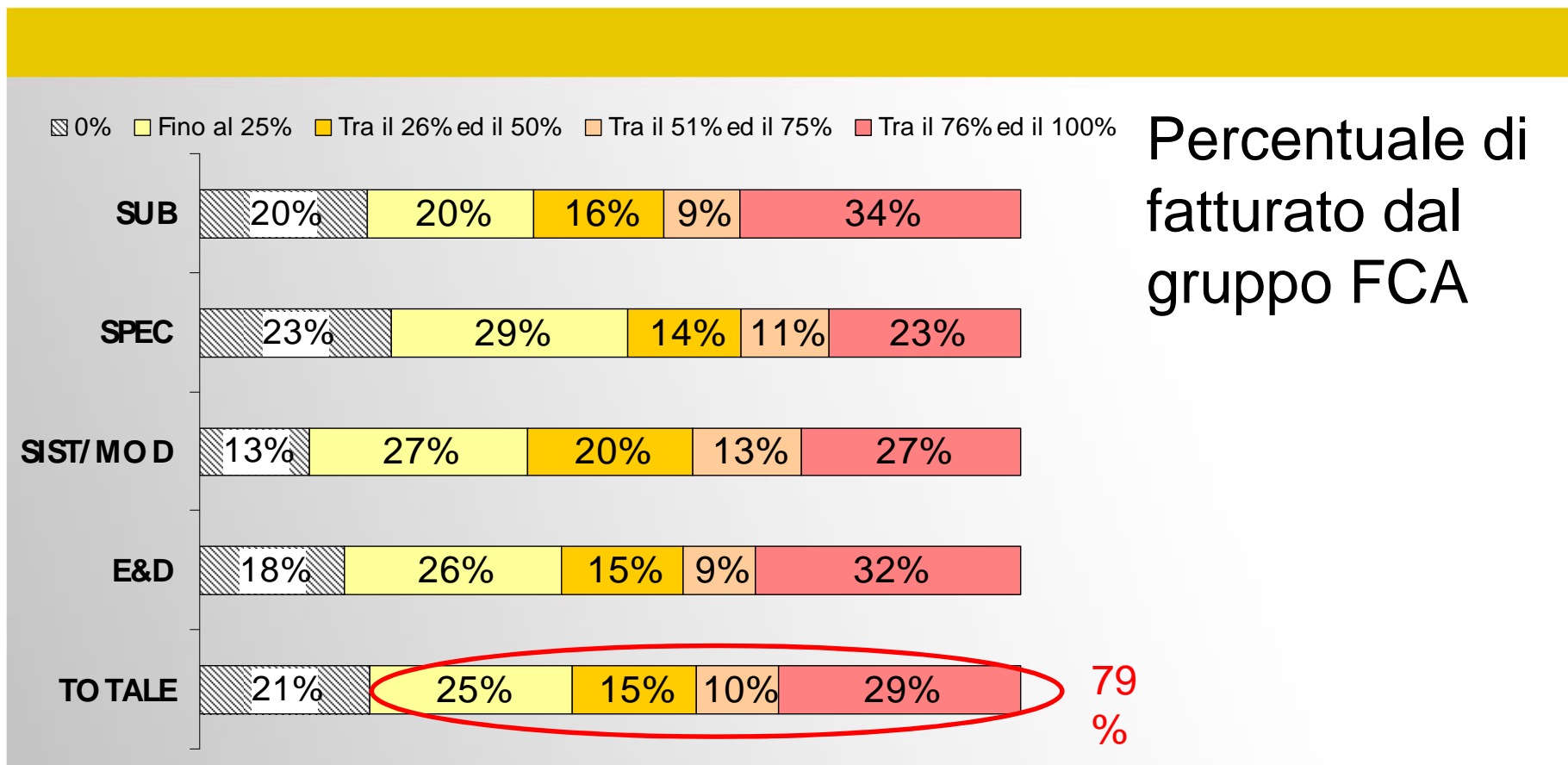
Specialisti i più dinamici:
saldo pari a **+45%**

Grandi imprese con
performance migliori:
saldo pari a **+49%**

Fatturato *automotive* per categoria

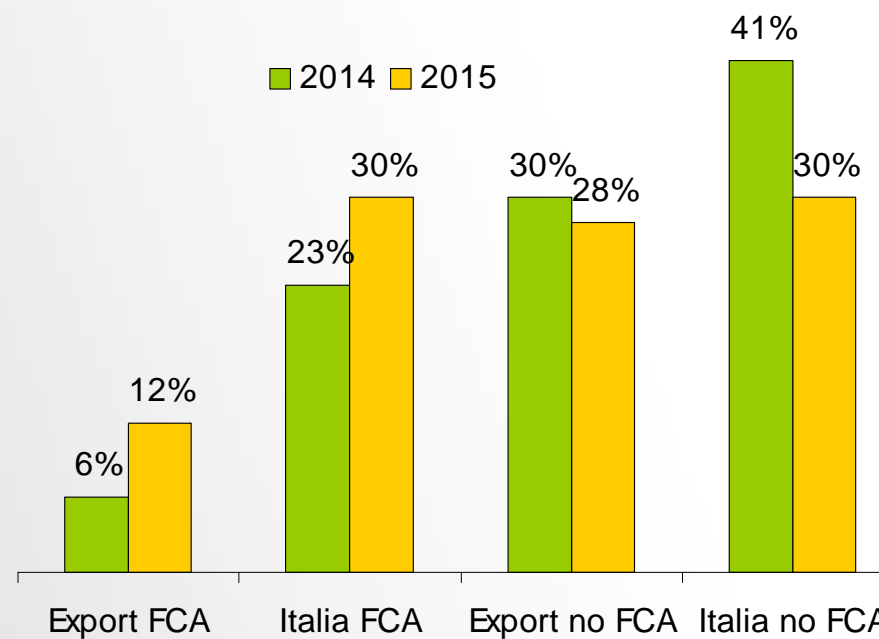


Osservatorio componentistica automotive italiana 2016

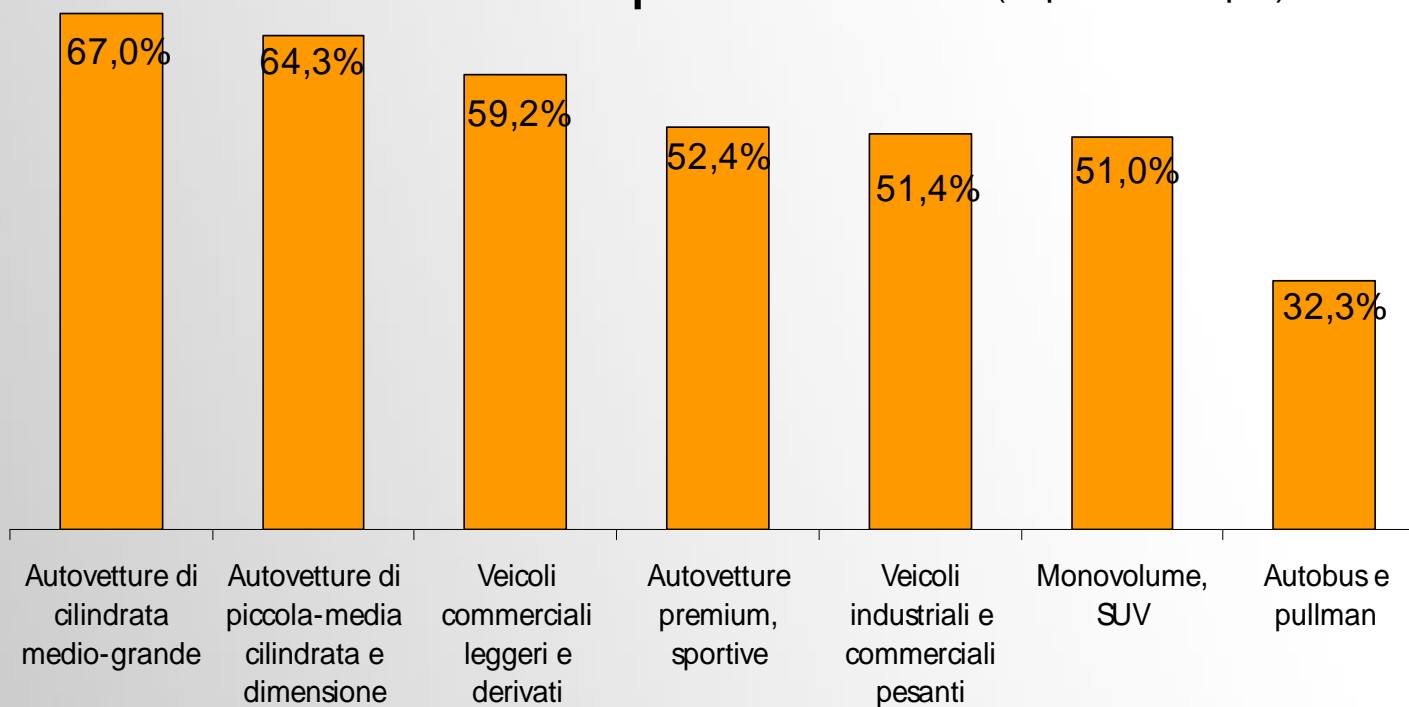


Ripartizione del fatturato per cliente finale

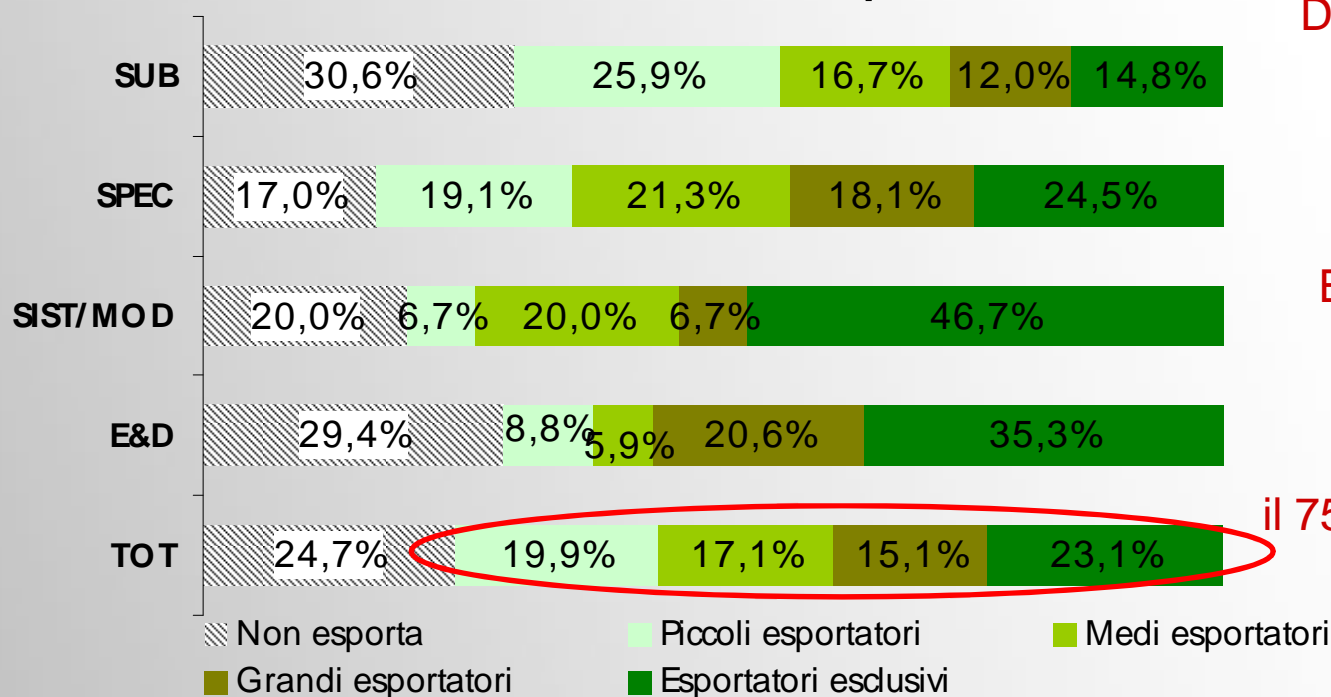
42% fatturato medio riconducibile a FCA



Destinazione finale della produzione (risposta multipla)



Grado di intensità dell'export



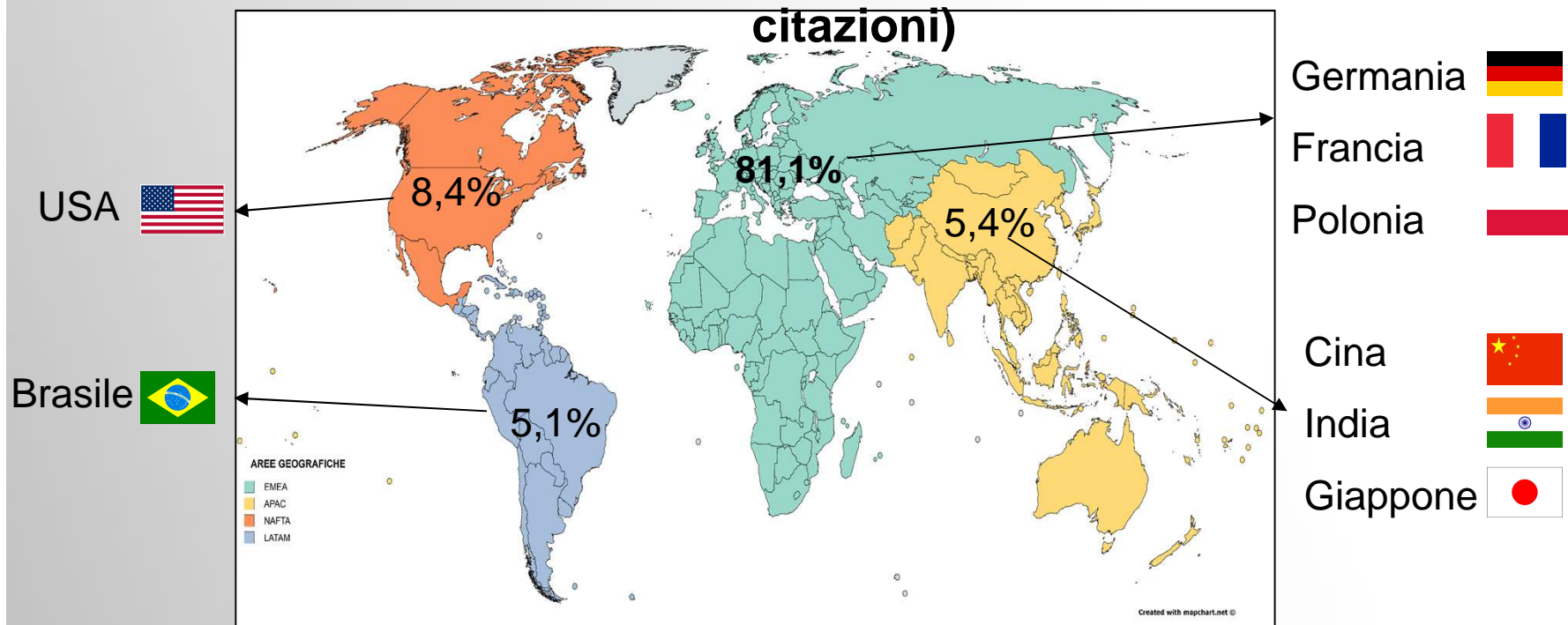
I freni:
 Difficoltà di intercettare
 clienti all'estero



Burocrazia e barriere
 doganali

il 75%

Principali mercati esteri e paesi per aree (valori % delle citazioni)



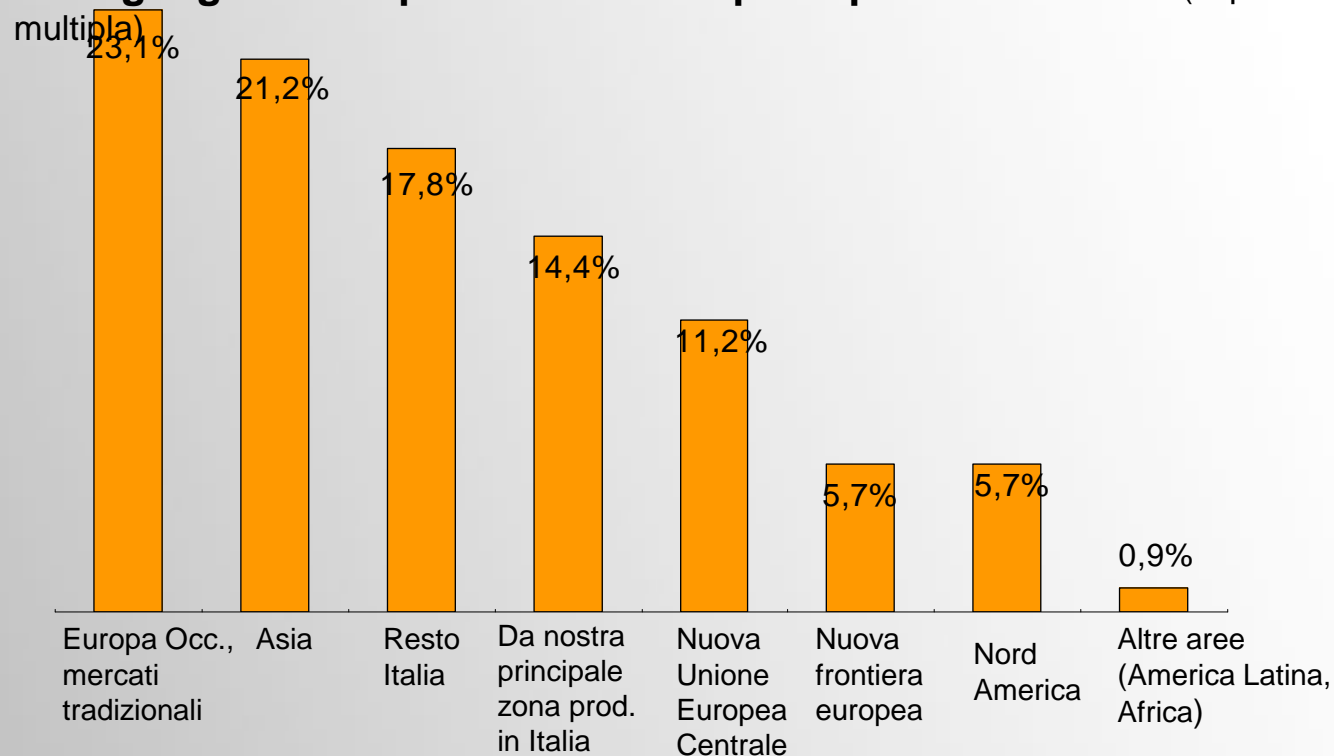
Internazionalizzazione delle imprese (valori

%)

		EMEA	NAFTA	LATAM	APAC
E&D	Orientamento futuro export	42	27	0	31
	Investimenti futuri produzione	40	30	0	30
SIST/MOD	Orientamento futuro export	63	0	12	25
	Investimenti futuri produzione	40	10	20	30
SPEC	Orientamento futuro export	62	16	5	17
	Investimenti futuri produzione	47	9	12	32
SUB	Orientamento futuro export	80	12	5	3
	Investimenti futuri produzione	89	7	2	2
TOT	Orientamento futuro export	66	15	5	14
	Investimenti futuri produzione	61	10	8	21

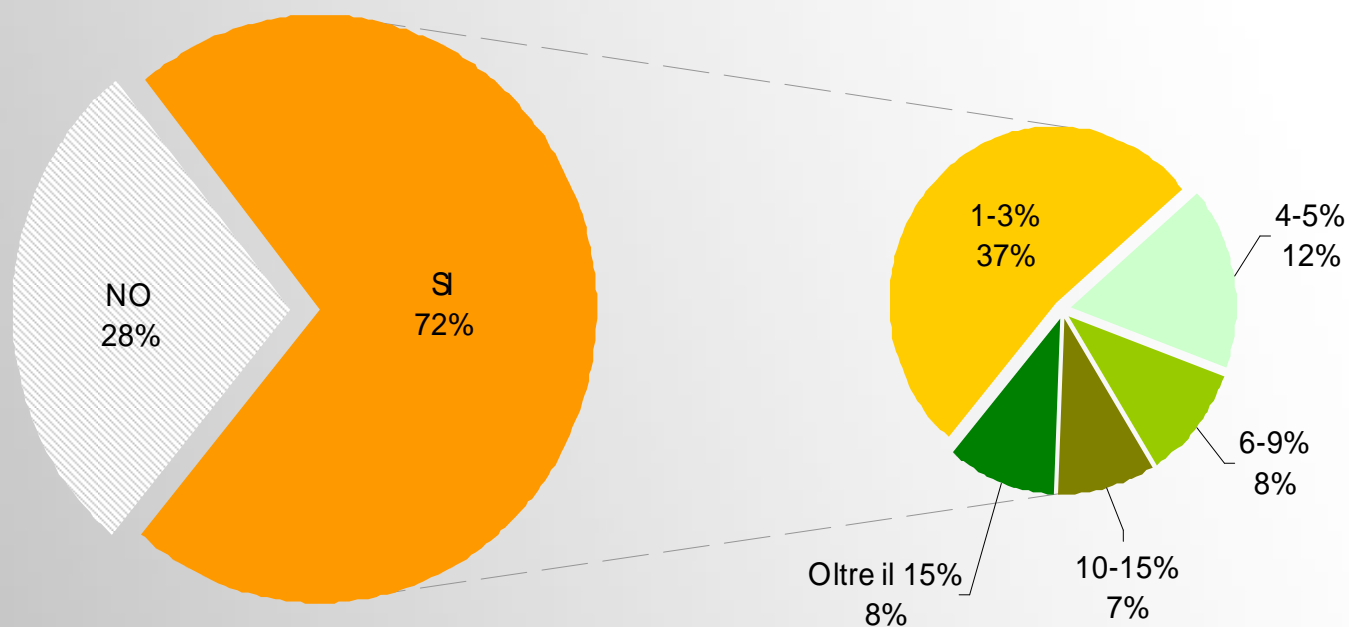
Osservatorio componentistica automotive italiana 2016

Area geografica di provenienza dei principali concorrenti (risposta



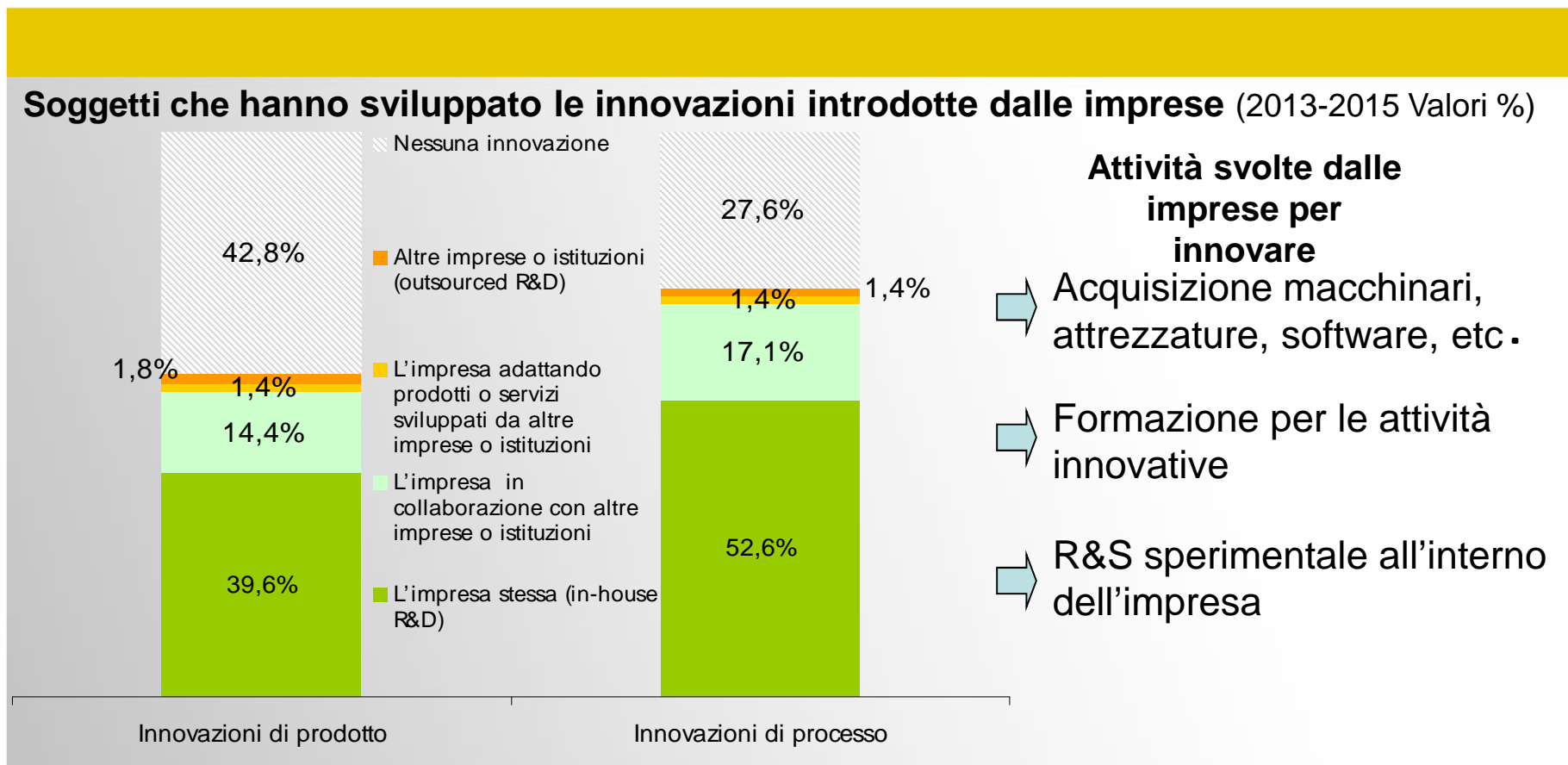
- ### Fattori di distinzione dalla concorrenza
- ⇒ Qualità del prodotto/servizio
 - ⇒ Personalizzazione del prodotto
 - ⇒ Flessibilità nei volumi di produzione
 - ⇒ Affidabilità nei tempi di consegna

Percentuale di fatturato investita in R&S (anno 2015)



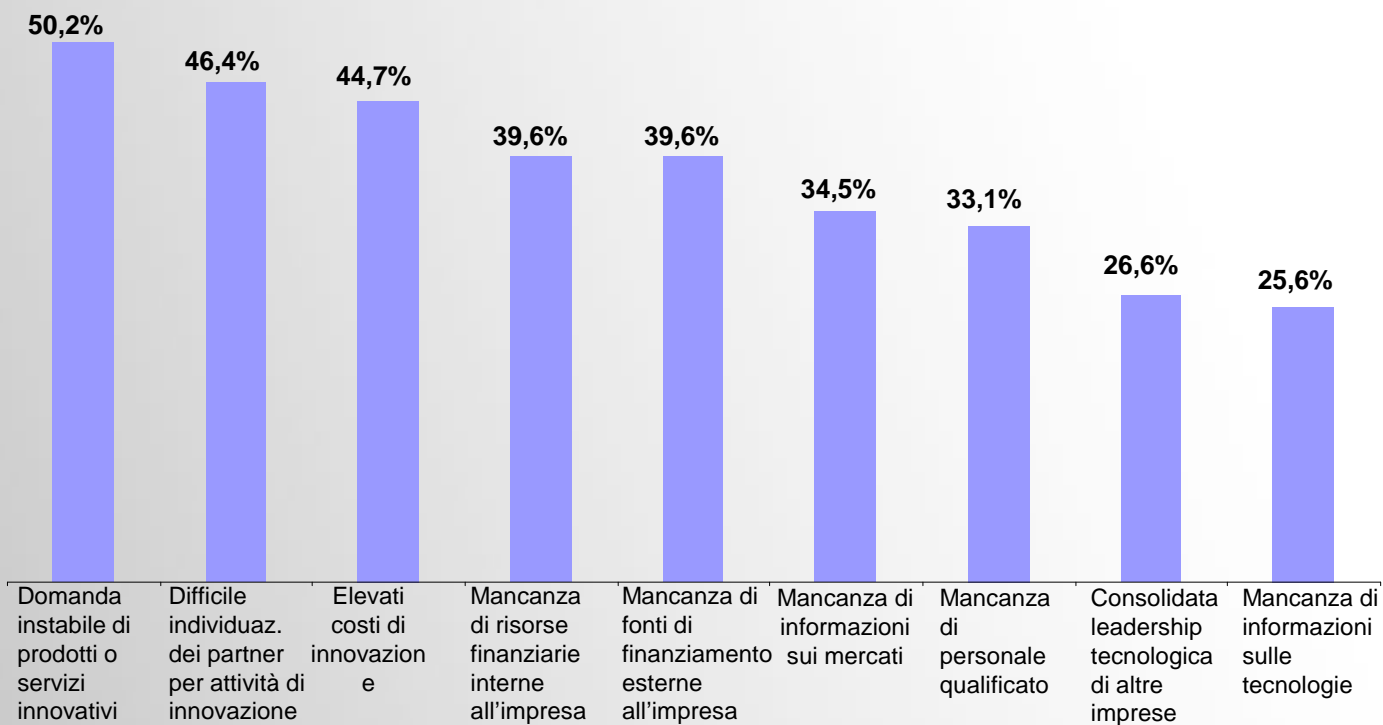
Gli E&D rappresentano il segmento che investe di più in innovazione (il 90%)

Osservatorio componentistica automotive italiana 2016

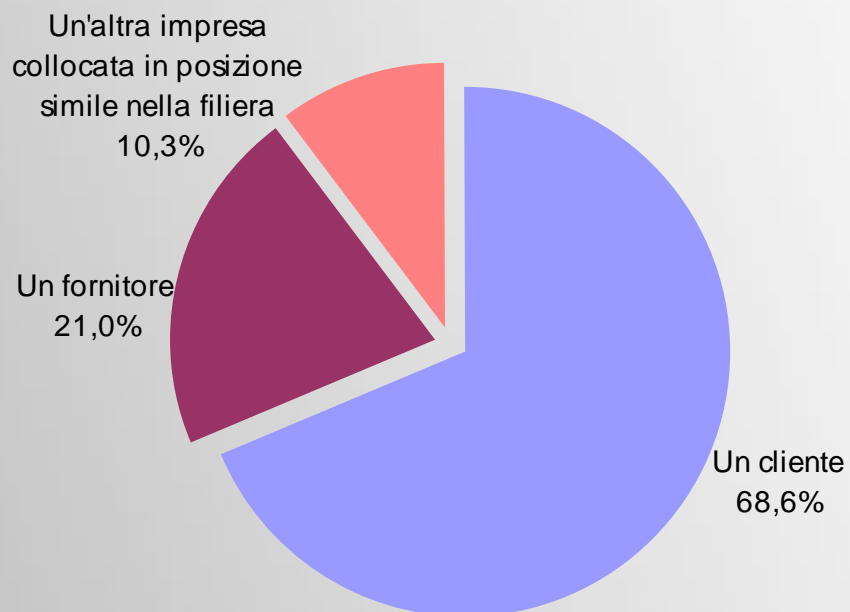


Osservatorio componentistica automotive italiana 2016

Principali fattori di ostacolo all'innovazione (anni 2013-2015, valori %)



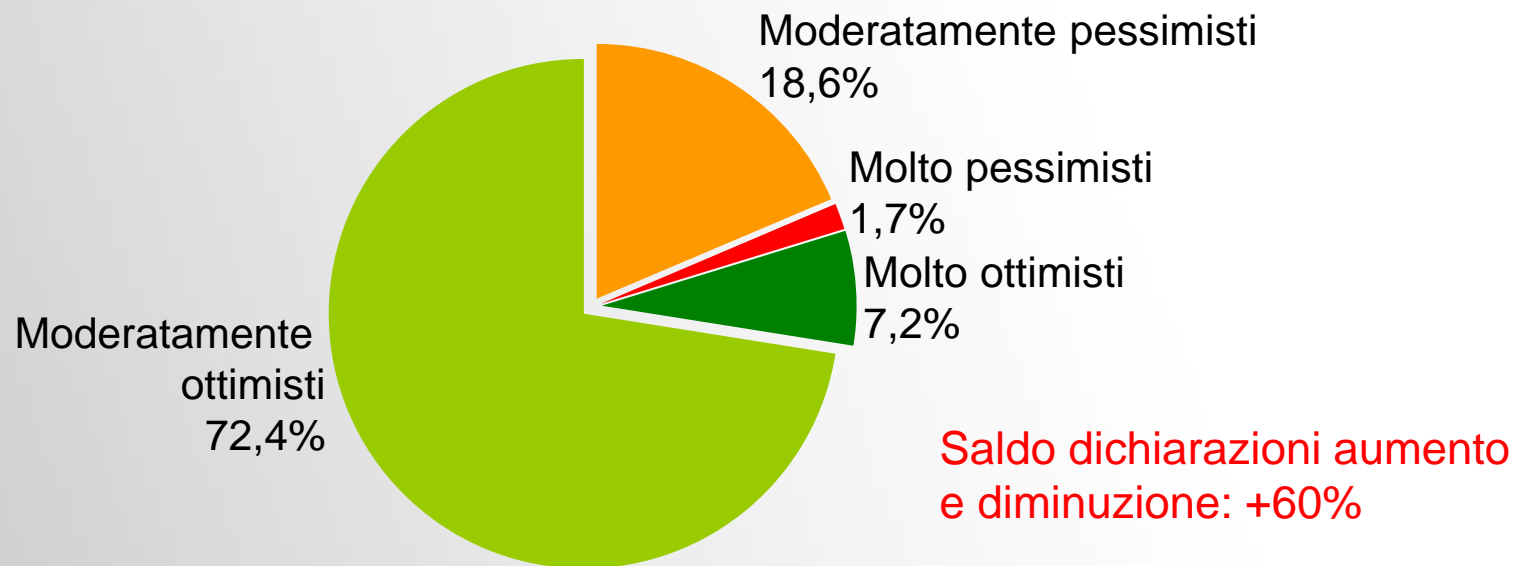
Soggetto con il quale è stata instaurata la collaborazione più significativa
(anni 2013-2015, valori %)



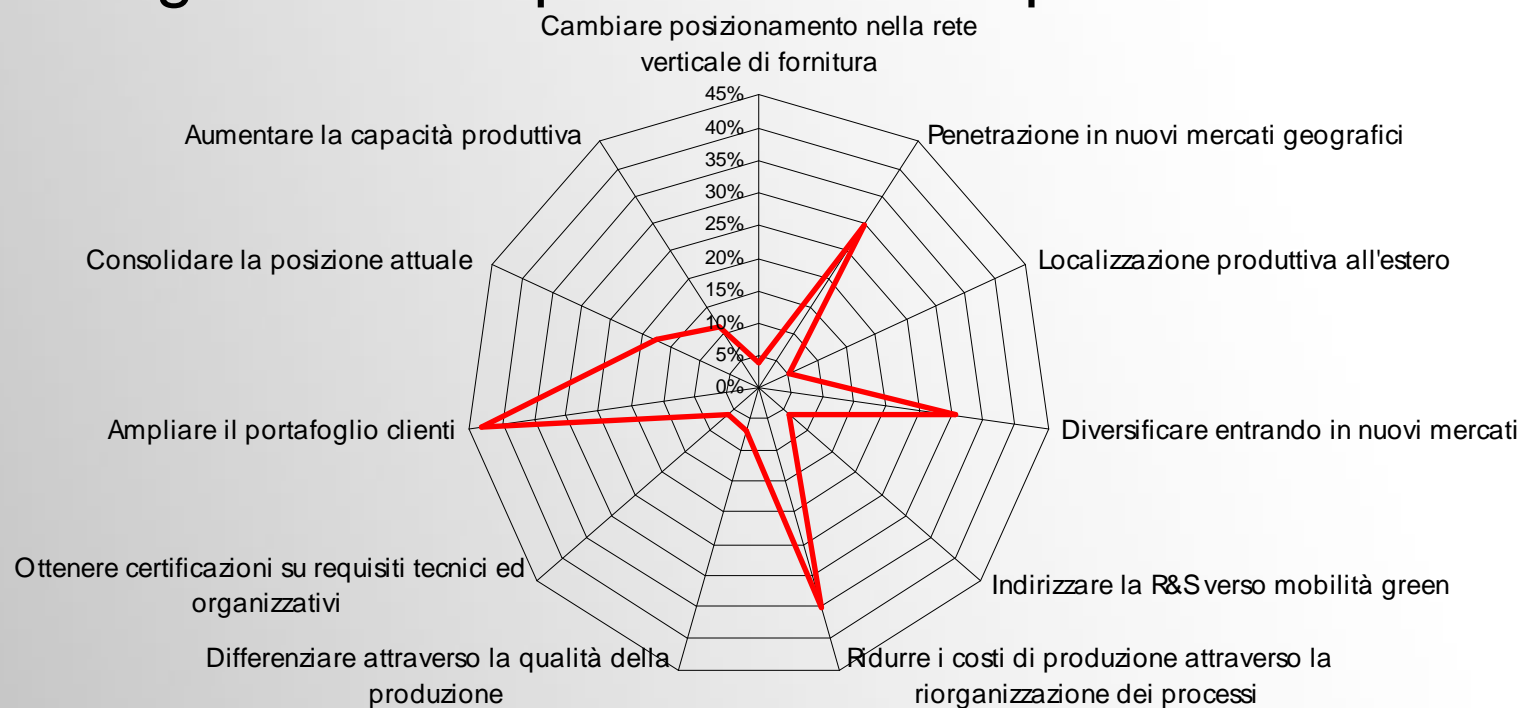
**Finalità delle relazioni
instaurate dalle
imprese:**

- ⇒ Ridurre i costi di produzione
- ⇒ Innovare i processi aziendali
- ⇒ Innovare il prodotto
- ⇒ Commercializzare il prodotto
- ⇒ Sviluppare progetti di R&S

Previsioni per l'anno 2016



Strategie di breve periodo delle imprese



Conclusioni

- La componentistica italiana ha superato la crisi e mostra segnali di espansione
- Gli specialisti hanno beneficiato di più della ripresa, gli E&D si sono dimostrati i più dinamici, i subfornitori hanno evidenziato una crescita più debole
- Le imprese continuano a diversificare aprendosi a nuove aree geografiche e ampliando i mercati di destinazione
- Aumentano i rapporti con FCA
- Le principali esigenze delle imprese: la ricerca di nuovi clienti e il reperimento di risorse finanziarie

Grazie per l'attenzione