

## L'industria automobilistica dopo la crisi

# contributi

di Matteo Ferrazzi e Andrea Goldstein \*

A dispetto della crisi, mai nella storia dell'automobile sono stati prodotti così tanti veicoli come nel corso del 2010 (77.6 milioni di veicoli, +26 per cento rispetto al 2009 secondo i dati preliminari dell'OICA, l'Associazione mondiale dei produttori). La produzione del settore aveva già raggiunto livelli storicamente elevati nel periodo 2006-2008, veleggiando intorno ai 70 milioni di veicoli, per poi crollare a 60 milioni nel corso della crisi del 2009.

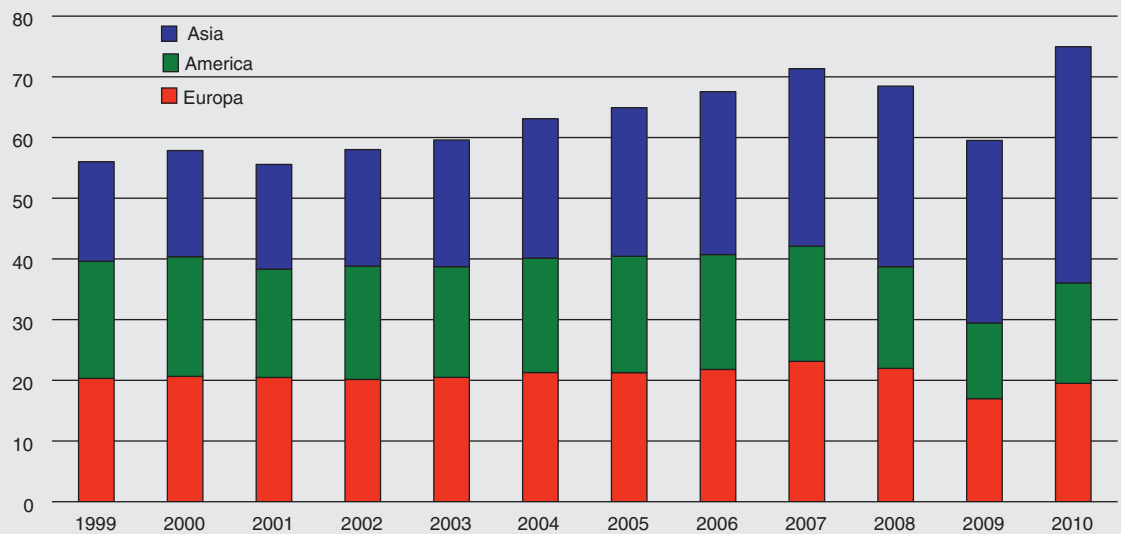
Tuttavia i numeri aggregati della produzione mondiale di auto e veicoli nascondono un'evidente divaricazione della performance tra le aree ed i paesi. Nell'ultimo quinquennio si è infatti assistito ad un rapido mutamento delle gerarchie produttive a livello mondiale. I due paesi che rappresentavano alla fine degli anni novanta il 40 per cento della produzione mondiale – Giappone e Stati Uniti – hanno visto dimezzare la propria quota sulla produzione mondiale. Al contempo, nel 2009 sono state prodotte, per la prima volta nella storia, più auto nelle economie emergenti che nei paesi di più antica industrializzazione. L'accresciuto ruolo dei paesi emergenti è comune a tutte le aree mondiali. In Asia i paesi emergenti rappresentano ora l'80 per cento della produzione regionale (il 40 per cento un decennio addietro). Non solo la Cina è ora il primo produttore mondiale di auto, avendo sorpassato il Giappone già nel 2009, ma solo un anno dopo, nel 2010, la Cina ha addirittura prodotto un numero doppio di auto rispetto al Giappone. America Latina ed Est Europeo hanno anch'esse raddoppiato la propria quota di produzione continentale. L'Est Europa, in particolare, ha continuato ad attrarre nuovi investimenti in capacità produttiva addizionale anche durante la crisi

ed è diventato un *hub* produttivo alquanto rilevante: Slovacchia, Slovenia e Repubblica Ceca sono i tre paesi al mondo con la maggiore produzione di auto per abitante. I BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) producono ora un'auto ogni tre prodotte a livello mondiale (solo una su dieci nel 1999). A livello di *players* i cambiamenti sono meno evidenti. Nel passato l'ascesa dei mercati emergenti era legata alla produzione delle principali case occidentali negli stessi paesi; ed anche negli ultimi anni sono gli investimenti esteri a trainare l'aumento della capacità produttiva. Emergono però anche marchi locali (cinesi e indiani in particolare) che producono principalmente, ma non solo, per il mercato domestico. L'ascesa dei produttori cinesi è sicuramente tra gli elementi più significativi: possono godere di economie di scala senza precedenti che gioveranno anche alla loro espansione estera (6 produttori cinesi sono entrati nei top20 produttori al mondo). Nel 2006 vi erano solo 4 produttori cinesi capaci di produrre più di 150 mila auto l'anno, ora ve ne sono quasi 20, sebbene i marchi locali siano ancora relativamente poco conosciuti in Occidente. La struttura dell'industria cinese appare ancora in una fase di trasformazione; lo Stato cinese sta giocando un ruolo attivo nell'aggregare i diversi produttori locali, incoraggiandoli anche ad effettuare acquisizioni all'estero per accedere a tecnologie e mercati.<sup>1</sup> Non v'è dubbio che il mercato cinese, raddoppiato in termini dimensionali tra il 2003 ed oggi, sarà il principale "campo di battaglia" per i produttori di auto, sia quelli locali che quelli dei paesi di più antica industrializzazione [Russo, Tse, Ke, Peng, 2010].

\* Rispettivamente UniCredit Group e OECD. Il contributo rispecchia unicamente le opinioni personali degli autori e non necessariamente quelle delle istituzioni di appartenenza.

<sup>1</sup> Ma non sempre: il governo cinese si è opposto al takeover della Hummer da parte di Sichuan Tengzhong Heavy Machinery, ad esempio.

**Grafico 1**  
Produzione di  
veicoli nel mondo  
In milioni



Fonte: OICA

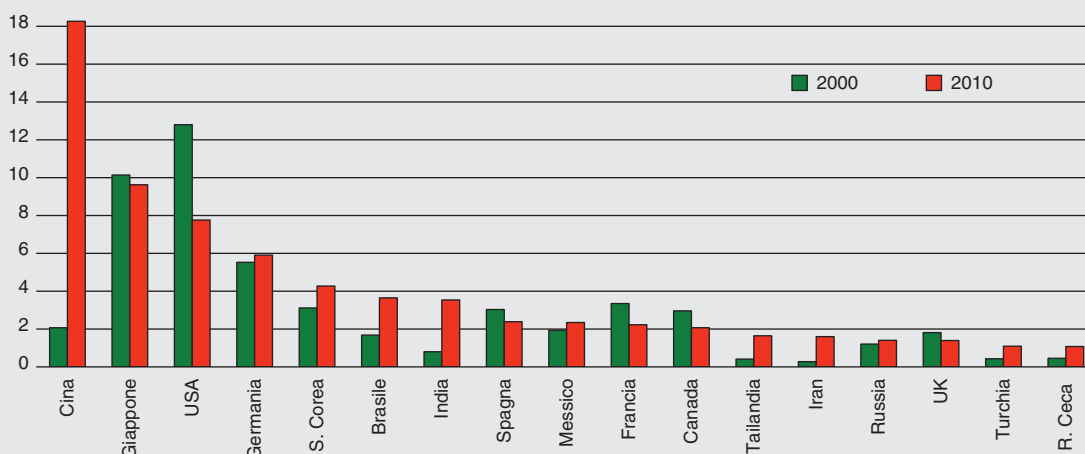
In questo contesto, caratterizzato da diverse pressioni competitive, la produzione in Italia, indissolubilmente legata ai marchi del Gruppo Fiat, è più che dimezzata nell'arco di un decennio. E l'Italia appare anche come uno dei paesi che hanno maggiormente patito la crisi: la produzione di veicoli è tuttora del 35 per cento inferiore ai livelli pre-crisi (nel 2010 sono state prodotte sul suolo italiano oltre 400 mila auto in meno che nel 2007). Nel 2010, a fronte di una ripresa produttiva impetuosa a livello mondiale (+26 per cento, come menzionato), la produzione italiana è cresciuta di un modesto 2 per cento, mentre Germania e Francia hanno messo a segno tassi di crescita rispettivamente del 13 per cento e del 9 per cento. Meno di un terzo della produzione del Gruppo Fiat avviene ora sul suolo italiano, rispetto al 43 per cento prima della crisi, cioè nel 2007. E l'ingente investimento del Gruppo Fiat nella fabbrica serba di Kragujevac (oltre che l'apertura di un secondo stabilimento brasiliano a Recife) potrebbe rendere la produzione a marchio italiano ancor più internazionale [Ferrazzi, 2010; Ferrazzi, Goldstein, 2010]. Questo senza considerare ovviamente le conseguenze dell'integrazione con Chrysler. Come per molte altre considerazioni sull'industria italiana, il caso tedesco è un utile termine di confronto. L'industria automobilistica tedesca produce dall'anno scorso più auto in terra straniera che in Germania (mentre nel 1995 solo un terzo dei veicoli era prodotto all'estero). Le case tedesche producono 1,7 milioni di auto in

Cina; più di mezzo milione in Brasile, Spagna e anche in Repubblica Ceca. Eppure la produzione in Germania si mantiene sopra i 5 milioni di veicoli l'anno, ben superiore a quella di un decennio addietro (il 70 per cento è esportato). L'industria automobilistica tedesca sembra, quindi, essere tra i principali protagonisti del processo di globalizzazione della produzione, ed al contempo uno dei maggiori beneficiari. È vero però che a parte i casi "estremi" (Belgio e Italia da un lato, Germania dall'altro), la produzione europea tende a perdere quote e rimane inferiore a quella del recente passato.

L'accresciuto ruolo dei paesi emergenti non è visibile solo dal lato dell'offerta, ma anche da quello della domanda. Da un lato la densità del parco veicoli in circolazione nei paesi emergenti è estremamente bassa: in India e Cina vi sono meno di 5 auto ogni 100 abitanti, rispetto alle 50 auto dei paesi sviluppati (60 per l'Italia, che ha una densità di auto per abitante tra le più elevate al mondo). Dall'altro in molti paesi emergenti si sta rapidamente sviluppando la classe media (redditi sopra i 30 mila dollari in termini di parità dei poteri d'acquisto): si tratta di oltre 120 milioni di persone che raggiungeranno questo status entro il 2015 a livello mondiale, tre quarti dei quali nei paesi emergenti.

In termini di vendite, la Cina è divenuto il principale mercato mondiale, sorpassando quello USA. Sono numerosi i *players* occidentali che producono e vendono nel paese (PSA, Volkswagen, Ford, Honda, Mazda, Mitsubishi, Toyota, hanno prodotto

**Grafico 2**  
Produzione di  
veicoli.  
In milioni



Fonte: OICA

3,4 milioni di veicoli nel 2009), ma anche per quelli che vi esportano il tasso di crescita è impressionante: nel 2010, cioè dopo soli sei anni di presenza commerciale, la Ferrari ha venduto quasi 300 vetture in Cina, un incremento di quasi il 50 per cento rispetto al 2009. La cosiddetta Greater China, che comprende anche Hong Kong e Taiwan, rappresenta ormai uno dei primi cinque mercati al mondo per la Ferrari. Anche se in Cina la quota di mercato dei brand locali è inferiore che negli altri BRIC (tranne il Brasile), essa sta crescendo.

La bassa saturazione del mercato, associata all'emergere di una classe medio-alta relativamente benestante, lascia prevedere una rilevante crescita del mercato locale in molti paesi a rapida crescita economica, asiatici *in primis*.

Nel prossimo ventennio la domanda mondiale di auto sarà caratterizzata da due volti:

- una maggiore sofisticazione nei mercati più maturi: i mercati occidentali continueranno ad essere rilevanti in termini quantitativi ed anche in quanto frontiera dell'innovazione. La crescita sarà guidata principalmente dalla sostituzione del parco veicoli esistente e da alcune possibili innovazioni tecnologiche. I guidatori occidentali, benestanti e mediamente più anziani che nel passato, presteranno particolare attenzione alla sicurezza, all'ambiente e all'efficienza nei consumi. Gli incentivi pubblici all'auto rimarranno una caratteristica di alcuni mercati e alcuni periodi, principalmente quelli di crisi.
- Nei paesi emergenti la rapida crescita delle vendite di auto nuove (inizialmente nel

segmento medio-basso) contribuirà ad aumentare la saturazione del parco auto locale. La strategia della Tata di produrre la Nano, l'auto più economica al mondo, verrà seguita da altri produttori.

La crescita della domanda di auto e veicoli, anche se sostenuta a livello mondiale, difficilmente riuscirà ad eliminare i problemi di sovracapacità produttiva che caratterizzano ormai da decenni il settore (l'eccesso di capacità è stimato tra il 20 ed il 35 per cento a seconda delle aree, maggiore negli Stati Uniti rispetto all'Europa [Haugh, Mourougane, Chatal, 2010]). Basti pensare che anche se la crescita della domanda nei prossimi dieci anni fosse pari a quella del decennio passato, sotto l'ipotesi (tra l'altro irrealistica) che non si effettuino ulteriori investimenti in nuova capacità produttiva, essa non riuscirebbe a colmare l'attuale eccesso di sovracapacità produttiva.

Le nuove gerarchie produttive e commerciali di cui si è accennato generano una ricomposizione del commercio mondiale di auto e componenti che è destinata a continuare nei prossimi anni. Nel 2009, ultimo anno per cui sono disponibili i dati WTO, il commercio mondiale di prodotti *automotive* è stato di 847 miliardi di dollari, in calo del 32 per cento rispetto all'anno precedente. Si è trattato della terza maggiore contrazione a livello settoriale – inferiore rispetto ai combustibili e prodotti siderurgici, ma ben più ampia della chimica, le telecomunicazioni ed elettronica, oppure il tessile/abbigliamento. Pur essendo cresciuti al 4 per cento annuo nel 2000-09, i flussi commerciali del settore non sono tra i più

dinamici: per esempio per la chimica il commercio mondiale è cresciuto in media dell'11 per cento, in agricoltura del 9 per cento.

L'*automotive* rappresentava il 9,4 per cento del commercio mondiale di beni nel 1990, il 9,2 per cento nel 2000, il 7 per cento nel 2009. Rispetto a questa soglia i paesi in cui l'*automotive* pesa di più sulle esportazioni sono Giappone (17,9 per cento), Messico (15,8 per cento), Turchia (11,7 per cento), Canada (10,8 per cento), Corea (10,2 per cento), Argentina (9,8 per cento), Emirati (8,6 per cento), Sud Africa (8,1 per cento) e Thailandia (7,7 per cento), oltre che per l'Unione Europea (9,9 per cento).<sup>2</sup> Gli Stati Uniti (6,9 per cento) si posizionano leggermente al di sotto. In termini di quota del mercato globale, soltanto sette partner superano la soglia del 2 per cento. Domina ancora di gran lunga l'Unione Europea – con il 53,8 per cento, di cui 39,6 per cento corrisponde alle vendite al di fuori della zona; seguono a distanza Giappone (12,3

per cento), Stati Uniti (8,6 per cento), Corea (4,4 per cento), Messico (4,3 per cento), Canada (4 per cento) e Cina (2,3 per cento). Allargando l'osservazione agli altri 16 paesi la cui quota di mercato è pari ad almeno 0,1%, è evidente come la performance nell'ultimo decennio sia stata diversa. Tra i paesi che dipendono molto dall'*automotive*, oltre che Corea e UE, sono economie emergenti come Africa del Sud, Argentina, Thailandia e Turchia che hanno guadagnato, così come lo hanno fatto Brasile, Cina e India tra i *traders* che invece sono poco specializzati in questo settore.

Contestualmente, i maggiori "perdenti" sono stati Canada, Giappone e Messico, così come gli Stati Uniti.

In sintesi, non sembra che la crisi abbia arrestato i principali trend in atto, sia sul fronte produttivo che su quello del commercio; in molti casi, al contrario, la crisi ha accelerato i trend precedentemente in atto, in particolare la tendenza all'internazionalizzazione produttiva.

**Tavola 1 - Evoluzione delle quote di mercato per l'export automotive a seconda del peso del settore sul commercio complessivo**

	Automotive < 7% dell'export	Automotive > 7% dell'export
Aumento	Arabia Saudita, Brasile, Cina, India, Singapore	Africa del Sud, Argentina, Corea, Emirati, Thailandia, Turchia, Unione Europea
Variazione minima (compresa tra -0,1% e 0,1%)	Biellorussia, Filippine, Malesia, Russia, Svizzera, Taiwan	
Diminuzione	Australia, Stati Uniti	Canada, Giappone, Messico

Fonte: elaborazioni degli autori su WTO, *International Trade Statistics 2010 (Merchandise trade by product – Table II.60)*.

### Riferimenti bibliografici

Ferrazzi, M. (2010), *L'auto Italiana parlerà anche serbo*, Rapporto ICE-Istat.  
 Ferrazzi, M. e A. Goldstein (2010), *Tutte le bandiere dell'auto Italiana*, laVoce.info (<http://www.lavoce.info/articoli/pagina1001855.html>)  
 Haugh, D., A. Mourougane e O. Chatal (2010), *The Automobile Industry in and Beyond The Crisis*, Economic Department Working Papers No. 745, OECD.

Russo, B., E. Tse, T. Ke, e B. Peng (2010), *The Eight Overarching China Automotive Trends That Are Revolutionizing the Auto Industry*, booz&co.  
 Sturgeon, T., J. Van Biesebroeck e G. Gereffi (2008), *Value Chains, Networks, and Clusters: reframing the Global Automotive Industry*, Massachusetts Institute of Technology Working Paper Series.

<sup>2</sup> L'*automotive* rappresenta il 10,9 del commercio dell'UE con il resto del mondo e il 7,9% del commercio intra-europeo.