

LA FILIERA DELLO STILE E LE POLITICHE INDUSTRIALI PER L'AUTOMOTIVE IN PIEMONTE E IN EUROPA

**a cura di
Giuseppe Calabrese**

Prefazione
Andrea Bairati

Presentazione
Leonardo Fioravanti

Premessa
Secondo Rolfo

Contributi
Giuseppe Calabrese, David Bailey,
Romain Beaume, Antje Blöcker, Stewart MacNeill,
Christophe Midler, Monique Vervaeke

FrancoAngeli



ECONOMIA E POLITICA INDUSTRIALE

LA FILIERA DELLO STILE E LE POLITICHE INDUSTRIALI PER L'AUTOMOTIVE IN PIEMONTE E IN EUROPA

**a cura di
Giuseppe Calabrese**

Prefazione
Andrea Bairati

Presentazione
Leonardo Fioravanti

Premessa
Secondo Rolfo

Contributi
Giuseppe Calabrese, David Bailey,
Romain Beaume, Antje Blöcker, Stewart MacNeill,
Christophe Midler, Monique Vervaeke

FrancoAngeli

La presente pubblicazione è stata promossa dalla Regione Piemonte

*Assessorato Università, ricerca, politiche per l'innovazione
e l'internazionalizzazione, telecomunicazioni, e-government,
industria ed energia.*

Assessore: Andrea Bairati

*Direzione Attività Produttive
Direttore: Giuseppe Benedetto*

*Sistema Informativo Attività Produttive
Responsabile: Giuseppe Fiorenza*

Via Pisano, 6 – 10152 Torino
tel. 011.432.5111 – fax 011.432.5756
E-mail: sistemainformativo.attproduttive@regione.piemonte.it

*Coordinamento attività: Vittorio Ferrero – IRES
Luciano Romano – Regione Piemonte*

*Attività di raccordo: Maria Carla Fornero – Regione Piemonte
Luciano Gallino – Regione Piemonte
Rosanna Sorrentino – Regione Piemonte*

Copyright © 2010 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni qui sotto previste. All'Utente è concessa una licenza d'uso dell'opera secondo quanto così specificato:

1. l'Utente è autorizzato a memorizzare l'opera sul proprio pc o altro supporto sempre di propria pertinenza attraverso l'operazione di download. Non è consentito conservare alcuna copia dell'opera (o parti di essa) su network dove potrebbe essere utilizzata da più computer contemporaneamente;
2. l'Utente è autorizzato a fare uso esclusivamente a scopo personale (di studio e di ricerca) e non commerciale di detta copia digitale dell'opera. Non è autorizzato ad effettuare stampe dell'opera (o di parti di essa).
Sono esclusi utilizzi direttamente o indirettamente commerciali dell'opera (o di parti di essa);
3. l'Utente non è autorizzato a trasmettere a terzi (con qualsiasi mezzo incluso fax ed e-mail) la riproduzione digitale o cartacea dell'opera (o parte di essa);
4. è vietata la modificazione, la traduzione, l'adattamento totale o parziale dell'opera e/o il loro utilizzo per l'inclusione in miscellanee, raccolte, o comunque opere derivate.

INDICE

Prefazione , di <i>Andrea Bairati</i>	pag. 11
Presentazione , di <i>Leonardo Fioravanti</i>	» 13
Premessa. Carrozzeri e stilisti dell'auto: un'industria creativa a Torino , di <i>Secondo Rolfo</i>	» 15
Introduzione , di <i>Giuseppe Calabrese</i>	» 17
1. Lo scenario attuale , di <i>Giuseppe Calabrese</i>	» 19
1.1. Il processo di riorganizzazione della filiera	» 24
1.2. Un futuro per i carrozzieri europei	» 29
1.3. L'incidenza della crisi attuale	» 33
2. Il ruolo strategico del design , di <i>Giuseppe Calabrese</i>	» 36
2.1. Design e innovazione	» 38
2.2. Design e territorio	» 45
2.3. Il design in Piemonte	» 51
2.3.1. Diffusione e classificazione	» 52
2.3.2. L'offerta formativa	» 54
2.4. Design e modelli organizzativi	» 59
3. I creatori e i trasformatori di stile dell'auto in Piemonte , di <i>Giuseppe Calabrese</i>	» 65
3.1. Selezione delle imprese e metodologia di indagine	» 68
3.2. I principali aspetti caratteristici	» 70
3.2.1. Il posizionamento nella catena del valore	» 73
3.2.2. L'assetto e la struttura societaria	» 78
3.2.3. La posizione competitiva e la presenza sui mercati internazionali	» 83
3.3. I fattori che favoriscono o vincolano lo sviluppo	» 87
3.3.1. La gestione delle risorse umane	» 92
3.3.2. Gli investimenti in ricerca e sviluppo	» 96
3.3.3. Gli stilisti piemontesi e lo sviluppo sostenibile	» 97
3.4. Una valutazione di sintesi	» 103

4. Le attività dello stile dell'auto in Germania, di Antje Blöcker	pag. 109
4.1. Le strategie in atto degli assemblatori finali	» 110
4.1.1. La riorganizzazione dei centri stile	» 111
4.1.2. Lo sviluppo delle auto ecologiche	» 113
4.2. Il gruppo Karmann	» 117
4.3. Le principali società di servizi di <i>engineering</i>	» 123
4.4. Alcuni produttori di autovetture ecologiche e del mercato del <i>tuning</i>	» 130
5. Le attività dello stile dell'auto in Francia, di Romain Beaume, Christophe Midler, Monique Vervaeke	» 137
5.1. L'organizzazione dei centri stile degli assemblatori finali	» 139
5.1.1. PSA, un costruttore con due marchi	» 139
5.1.2. Renault, un design centralizzato con unità satellite	» 141
5.1.3. Toyota, un'unità di rilevazione per conoscere il mercato europeo	» 144
5.1.4. Le collaborazioni con le scuole di design	» 145
5.2. Il gruppo Heuliez	» 147
5.3. Alcuni costruttori di prototipi e <i>concept car</i>	» 149
5.4. Le principali società di servizi di <i>engineering</i>	» 153
5.5. I costruttori di mini car	» 158
6. Le politiche industriali per l'automotive in Europa, di Antje Blöcker, Monique Vervaeke, David Bailey, Stewart MacNeill, Giuseppe Calabrese	» 161
6.1. Gli strumenti di politica del lavoro in Germania	» 163
6.1.1. La riduzione dell'orario di lavoro	» 164
6.1.2. Gli accordi aziendali per la liberalizzazione del salario	» 166
6.1.3. I piani sociali e le società di transizione: il caso Karmann	» 168
6.2. Le misure di sostegno per l'innovazione dell'auto e la mobilità in Francia	» 171
6.2.1. Il polo di competitività per il veicolo del futuro	» 174
6.2.2. Il polo di competitività per la mobilità e i trasporti avanzati	» 176
6.2.3. Le politiche della Regione Poitou-Charents a favore dei veicoli elettrici	» 177
6.3. La gestione della crisi della MG-Rover nelle West Midlands inglesi	» 180
6.3.1. La prima crisi della MG-Rover	» 182
6.3.2. La seconda e definitiva crisi della MG-Rover	» 186

6.3.3. Alcune valutazioni di merito	pag. 188
6.4. Le iniziative della Regione Piemonte a favore della filiera automotive	» 190
6.4.1. L'accordo "Mirafiori"	» 191
6.4.2. Il programma <i>From concept to car</i>	» 195
6.4.3. Il programma "Infomobility Cluster"	» 197
6.4.4. Il polo di innovazione della mecatronica e dei sistemi avanzati di produzione	» 199
6.4.5. I progetti per l'energia rinnovabile e il risparmio energetico	» 201
Conclusioni , di <i>Giuseppe Calabrese</i>	» 207
Bibliografia	» 209
Notizie sugli autori	» 217

*Ho veduto, durante tutta la mia infanzia,
impagliare seggiole con lo stesso identico spirito,
e col medesimo cuore,
con i quali quel popolo aveva scolpito le proprie cattedrali...
La gamba di una sedia doveva essere ben fatta.
Era naturale, era inteso...
Non doveva essere ben fatta per il padrone,
né per gli intenditori, né per i clienti del padrone.
Doveva essere ben fatta di per sé,
in sé nella sua stessa natura.*

Charles Peguy, *Il denaro*

PREFAZIONE

di *Andrea Bairati**

La filiera dell'auto è una risorsa fondamentale per il futuro economico e sociale, per la ricerca e l'innovazione del Piemonte. La Regione Piemonte si è più volte fatta promotrice di una forte e determinata azione di tutela del settore, valorizzando le proprie responsabilità verso il lavoro e verso il territorio per un rilancio produttivo, che preservi il patrimonio tecnologico e professionale di assoluto valore mondiale. In Piemonte, e soprattutto nell'area torinese, che ha visto nascere l'industria automobilistica italiana, è presente un distretto che, grazie ad una concentrazione unica al mondo di *know-how* e capacità può offrire l'intero ciclo progettuale e produttivo dell'auto, dalla progettazione alla realizzazione del veicolo. I molti punti di forza del sistema vanno dalla produzione di componenti alla qualità della forza lavoro, dal design alla progettazione, all'innovazione di processo e di prodotto.

Ma ciò che più conta nelle sfide moderne è la capacità di lavorare insieme, di unire le competenze, valorizzando le migliori energie del territorio. È questa la condizione ottimale per affiancare alla filiera industriale una filiera della conoscenza, per dare risposte innovative a sfide estremamente difficili. In questa direzione, insieme al sistema della ricerca e delle imprese – cito un esempio per tutti – la Regione Piemonte ha lanciato un progetto che aiuta a migliorare la qualità della vita nelle nostre città, facendo fronte a problemi sempre più urgenti, come l'inquinamento atmosferico e la mobilità sostenibile. L'obiettivo non è solo creare un prodotto interessante e ambizioso, capace di sperimentare le potenzialità delle competenze regionali e di esprimere il valore dell'integrazione, ma anche individuare, attraverso la ricerca, la migliore soluzione nell'impiego combinato di fonti di energia "pulita". E *Phylla*, il veicolo urbano multi-ecologico, sostenibile e totalmente riciclabile

* Assessore all'Industria della Regione Piemonte.

che annulla le emissioni di gas inquinanti e di anidride carbonica, risponde proprio a queste caratteristiche. La forte sinergia tra enti, aziende e istituzioni di ricerca presenti sul territorio piemontese ha consentito di creare, in tempi brevi, un prodotto di alta qualificazione tecnologica.

Con la scelta di promuovere attività di innovazione, trasferimento tecnologico e cooperazione industriale, la Regione Piemonte e il sistema ricerca *automotive* piemontese hanno confermato a livello europeo la propria leadership nella mobilità urbana sostenibile. Proprio la capacità di trasferire innovazione e ricerca nell'applicazione industriale può trasformare il Piemonte in un modello virtuoso per l'Europa e per l'Italia, in materia di qualità dell'ambiente e della vita delle persone. Il design, poi, rappresenta il vero valore aggiunto al prodotto nel quale si esprime compiutamente la genialità italiana e piemontese nel saper armonizzare bellezza e funzionalità. Ma stile e creatività vanno supportati da continui investimenti in nuove tecnologie e da una formazione ad alto livello. Solo così la filiera dello stile dell'auto di Torino riuscirà a mantenere la sua posizione di punto di riferimento e la sua capacità di influenzare, attraverso i suoi talenti, l'evoluzione stessa del concetto di prodotto industriale. L'unanime apprezzamento che ha sempre accompagnato l'attività di progettazione piemontese, ha permesso ai talenti del *car design* di diventare punto di riferimento per numerosi committenti stranieri e ha favorito la nascita di un sistema di imprese, strettamente in relazione tra loro, di servizi di supporto all'attività di progettazione.

Nel quadro complessivo di impegno dell'amministrazione regionale e delle istituzioni locali, la Regione Piemonte è intervenuta per il rilancio a Torino di quella specifica capacità produttiva, centrata in particolare *sull'automotive* sostenibile, che funga anche da volano per il sistema locale della produzione di auto. Ecco perché, nonostante la fase di profonda crisi strutturale che ha caratterizzato il 2009, siamo comunque convinti che la strada intrapresa, che passa attraverso la valorizzazione del capitale umano e la riconversione in chiave tecnologica del parco industriale regionale, sia quella giusta nonché l'unica percorribile.

Il nostro sistema economico sarà trainato – nel prossimo futuro – dalle aziende di qualità che avranno saputo innovare e aprire la propria capacità produttiva al mercato internazionale. Con l'impegno concreto di tutti sarà ipotizzabile ritornare ai numeri cui siamo stati abituati e investendo in maniera intelligente su queste politiche l'intero sistema economico regionale potrà rapidamente riposizionarsi in un contesto competitivo internazionale.

PRESENTAZIONE

di *Leonardo Fioravanti**

Vorrei prima di tutto sottolineare l'importanza di questa ricerca, così vasta e approfondita, che rappresenta il primo documento che un ente terzo pubblica sulla Filiera dello Stile dell'Auto.

Argomento, al di là delle sue notorietà più evidenti, non molto conosciuto.

Nel contesto della crisi globale questo tipo di attività soffre anche per altri due motivi: il primo perché, contrariamente al “prodotto-prodotto” (che è stato giustamente incentivato nel 2008 e 2009) chi il prodotto lo pensa si è fermato parecchi mesi prima, dato che le case automobilistiche hanno interrotto i progetti in corso di sviluppo.

Il secondo perché le case automobilistiche si stanno consolidando a livello globale (tutti parlano con tutti) e quindi le strategie di prodotto sono ancora indefinite e lo saranno per un periodo che nessuno oggi è in grado di quantificare.

Incentivi per chi pensa il prodotto a tutt'oggi non sono ancora operativi.

Il cosiddetto “Tavolo Auto – Ricerca e Sviluppo” è alle sue prime riunioni preparatorie.

A questo si aggiunga che per alcune aziende, con più marcate connotazioni di ricerca e innovazione, i ritorni economici si evidenziano solo in un periodo medio-lungo.

Si prospetta quindi la reale possibilità che gli eventuali aiuti derivanti dai provvedimenti ministeriali del “Tavolo Auto” arrivino ai destinatari quando gli stessi non ci saranno più.

Il ministro Scajola recentemente al Convegno “Made in” a Roma lo scorso 21 ottobre 2009 ha indicato come la vera sfida del futuro la tutela dell'*Italian Concept* che deve diventare una priorità.

* Presidente Gruppo Carrozzeri Autoveicoli Anfia.

Quello della filiera dello stile dell'auto è proprio un calzante esempio di *Italian Concept* con una particolarità unica al mondo: ci sono delle magnifiche attività italiane del "Made in" di grande valore che hanno però nel mondo attività paragonabili, per esempio la moda e l'arredamento. Quella dell'auto invece, si può dire obiettivamente, rappresenta una valenza sistemica di prodotto e di processo esclusiva.

La crisi, se ben pilotata politicamente, può rappresentare un'opportunità per affermare la libertà creativa come valore economico.

PREMESSA
CARROZZIERI E STILISTI DELL'AUTO:
UN'INDUSTRIA CREATIVA A TORINO

di *Secondo Rolfo**

Il largo successo avuto dalle opere di Richard Florida sulla creatività e sull'emergere in alcune aree urbane degli Stati Uniti di una classe creativa capace di operare una profonda trasformazione economica (Florida, 2002) ha innescato un vivace dibattito tra economisti, sociologi, urbanisti. Due sono stati i principali filoni di analisi. Da un lato si è discusso su cosa si intende per creatività, cos'è un'attività creativa e quindi quali sono i settori che possono essere considerati tali. In generale seguendo anche qui Florida si è convenuto su un nucleo centrale di attività (*core*) rappresentate appunto da quei settori che anche nel linguaggio comune sono considerate creativi quali, le arti, la cultura, la musica, il cinema, la televisione (Caves, 2000), mentre man mano ci si allontana da questo cuore l'area diventa assai più fluida fino a comprendere le professioni liberali, la ricerca e l'insegnamento, la consulenza e gli studi di progettazione e quindi a saldare la creatività con l'innovazione.

Un secondo filone di dibattito ha riguardato invece la concentrazione di tali attività nelle aree urbane sia come analisi delle realtà esistenti, sia come ipotesi di intervento pubblico per il rilancio e la rigenerazione delle città (Markusen, 2006; Storper, Manville, 2006; Scott, 2006; Landry, 2008, Evans, 2009). Questo secondo filone è stato seguito soprattutto negli Stati Uniti, ma non sono mancati esempi di studio e di intervento anche in Europa, dove spesso sull'onda di eventi, come i giochi olimpici o le capitali europee della cultura, varie comunità urbane, grandi e medie, si sono cimentate con politiche di questo tipo: si vedano ad esempio i casi di Baltimora (Acs, Megyesi, 2007), Berlino (Ebert, Kunzmann, 2007), Lille (Liefvooghe, 2009).

* Direttore del Ceris-Cnr, Istituto di Ricerca sull'Impresa e lo Sviluppo del Consiglio Nazionale delle Ricerche.

Per contro l'interesse per le industrie creative, viste spesso come attività di per sé innovative o foriere di una diffusione dell'innovazione (Mueller *et al.*, 2008), è stato più ampio e generalizzato con interventi di organismi internazionali (ad es. CE-KEA, 2006 e UNDP-UNCTAD, 2008) e un numero ormai ampio di ricerche in tutti i paesi avanzati. Questo *corpus* di studi tuttavia si è di fatto concentrato essenzialmente sui settori creativi in senso stretto, quindi *in primis* i settori dell'arte e della cultura. Un'eccezione significativa riguarda proprio l'Italia dove è recentemente uscito un Libro bianco sulla creatività (Santagata, 2009) che ha preso in considerazione anche le produzioni agro-alimentari e il *design*, non solo quello tradizionalmente legato al sistema moda, ma più in generale il *design* industriale. Sorprendentemente in questo rapporto tuttavia le attività di stile e *design* che ruotano attorno all'auto non sono menzionate, quasi che in esse l'aspetto creativo fosse residuale rispetto alla matrice industriale che caratterizza il settore *automotive*.

Per contro questo volume che raccoglie i risultati di un'ampia ricerca promossa dalla Regione Piemonte e coordinata da Giuseppe Calabrese, arriva puntualmente non solo a colmare una lacuna conoscitiva, ma soprattutto a chiarire una realtà produttiva importante.

Due sono gli elementi che dal volume emergono e possono essere utili per un approfondimento italiano all'interno del dibattito sulle industrie creative. In primo luogo si evidenzia come l'attività dei carrozzieri, ben conosciuta a livello mondiale, non esaurisce la filiera dello stile dell'auto che conta un numero rilevante di imprese assai meno note operanti su segmenti di attività meno manifatturieri e più creativi (*concept*, stile, modellizzazione ecc.). Il secondo aspetto è la concentrazione geografica di queste imprese nell'area metropolitana torinese, il che rappresenta un fatto unico non solo in Italia, ma anche in Europa, dove tali attività o sono scomparse sull'onda della crisi che ha travolto i grandi carrozzieri o sono state internalizzate dai grandi gruppi automobilistici. In tal modo la filiera stile nell'area metropolitana torinese viene ad assumere un valore particolarmente significativo, quasi una sorta di punto di riferimento per la trasformazione di una regione di antica industrializzazione verso un'alterità economica e sociale (v. la riscoperta della dimensione artistica e storica) senza perdere la propria identità di città industriale. Mentre altri paesi, come la Gran Bretagna (NESTA, 2006), sono alla ricerca di strumenti e politiche per sviluppare attività creative, l'Italia quasi senza accorgersene ha già una filiera importante e vitale come quella descritta in questo volume.

INTRODUZIONE

di *Giuseppe Calabrese*

Negli ultimi anni il Ceris-Cnr è stato incaricato dall'Osservatorio delle Attività Industriali della Regione Piemonte di svolgere numerose indagini sulla dinamica economico-finanziaria delle imprese manifatturiere piemontesi e in particolare su alcuni settori maggiormente significativi per la realtà piemontese. La filiera dell'auto è stata nel suo insieme più volte analizzata e sono state evidenziate in particolar modo le dinamiche a livello dimensionale e settoriale sia per le imprese il cui *core business* è direttamente connesso al settore automobilistico, sia per le imprese appartenenti ai settori funzionali e connessi alla filiera dell'auto.

A seguito dei profondi cambiamenti avvenuti nella struttura della catena del valore della filiera, gli stilisti dell'auto e i costruttori indipendenti di carrozzerie sono stati oggetto di un'attenzione crescente. La consistente dimensione operativa e le competenze tecnologiche accumulate negli anni hanno reso alcune di queste imprese protagoniste nello scenario internazionale valorizzando sensibilmente il contenuto produttivo del territorio. L'attività produttiva è strettamente correlata alle strategie adottate dai grandi assemblatori finali internazionali e si presenta fortemente interrelata. La realizzazione degli stili, spesso si traduce nell'ingegnerizzazione della vettura, fino alla produzione dell'autovettura stessa.

Le motivazioni che hanno condotto alla presente pubblicazione nascono proprio dall'esigenza della Direzione Attività Produttive della Regione Piemonte, a seguito dei primi segnali di crisi di alcuni grandi carrozzieri piemontesi, di raccogliere una serie di conoscenze specifiche sull'insieme delle imprese ricollegabili alla filiera dello stile dell'auto, più precisamente di analizzare gli aspetti caratteristici delle imprese specializzate nella creazione e nella trasformazione dello stile dell'auto.

In fase di definizione del progetto di ricerca si è ritenuto opportuno allargare il campo di indagine, seppur in misura necessariamente più limitata e maggiormente descrittiva, all'evoluzione del settore anche nei principali paesi europei dove sono maggiormente diffuse le attività dell'auto e in particolar modo ai carrozzieri tedeschi e francesi e alle rispettive filiere nazionali.

Non solo, ma vista la perdurante situazione di difficoltà del comparto automobilistico sono state selezionate alcune distintive politiche industriali adottate da alcuni paesi europei. In particolare saranno analizzati gli strumenti di politica del lavoro in Germania, i poli di competitività per l'innovazione dell'auto e la mobilità in Francia e la gestione della duplice crisi della MG-Rover in Inghilterra. Tali esemplificazioni sono state integrate con le iniziative intraprese dalla Regione Piemonte sia durante i periodi di crisi sperimentati dal gruppo Fiat e dalla Carrozzeria Bertone, sia per quanto riguarda i progetti a sostegno dell'innovazione e l'internazionalizzazione dell'insieme del comparto automotive.

La ricerca è stata interamente curata da Giuseppe Calabrese del Ceris-Cnr a cui si deve sia l'analisi della filiera dello stile dell'auto piemontese e i capitoli introduttivi, sia l'uniformazione e supervisione delle diverse esperienze internazionali. A tal proposito si desidera ringraziare per le rispettive analisi nazionali: Antje Blöcker del WZB di Berlino, Monique Vervaeke del CMH, Christophe Midler e Romain Beaume del CRG, tutti istituti del Cnrs di Parigi, David Bailey e Stewart MacNeill della Birmingham Business School. La presentazione delle iniziative piemontesi di politica industriale sono il risultato di una congiunta collaborazione tra il curatore della ricerca e Luciano Romano della Regione Piemonte.

Inoltre si desidera esprimere gratitudine a tutto lo staff di ricerca del Ceris-Cnr e in particolare: Alessandro Manello per gli aggiornamenti delle interviste, Maria Zittino per la traduzione dei rapporti dei colleghi francesi e per la correzione delle prime bozze, Giuseppina Monteleone e Massimiliana Peron per la gestione amministrativa e Silvana Zelli per l'impaginazione di questa pubblicazione.

Da ultimo si desidera ringraziare la Direzione Attività Produttive della Regione Piemonte per aver finanziato e sostenuto questo progetto di ricerca che a nostro avviso interessa un ambito poco approfondito della filiera dell'automotive, particolarmente diffusa nell'ambito dell'industria piemontese, e che indubbiamente può facilitare la messa in opera di politiche industriali mirate.

1. LO SCENARIO ATTUALE

di *Giuseppe Calabrese*

Diversamente da altri contesti internazionali, lo sviluppo del settore automotive nel torinese ha seguito due percorsi distinti, la cui reciproca intersecazione ha profondamente caratterizzato e contrassegnato il territorio circostante, dotandolo imprescindibilmente di notorietà internazionale.

La vocazione piemontese per l'industria metalmeccanica ha trovato nella produzione delle automobili la sua massima incisività ed è stata beneficiata in pari misura dalla capacità creativa dei suoi artigiani tanto da riuscire a soddisfare sia la produzione di massa, sia quella particolareggiata e determinata dalla richiesta di pezzi unici o prototipali. Sono numerose nel mondo le aree vocate all'automobile, ma solo quella piemontese presenta un'articolazione imprenditoriale ricca di metodologia produttiva e di competenze creative di estrema qualità e competitività, un complesso sistema industriale e di servizi che progetta, sviluppa, costruisce l'auto e in cui operano manager del processo, designer, progettisti, tecnologi, modellisti nel reale e nel virtuale.

È per questo motivo che quando si parla di automobile è possibile pensare al Piemonte come a un grande distretto della produzione del veicolo e, specificatamente, all'area metropolitana di Torino per quanto concerne i processi progettativi. Il design rappresenta il vero valore aggiunto al prodotto nel quale si riverbera e si esprime compiutamente la genialità italiana nella tensione ad armonizzare la bellezza con la funzionalità.

La filiera dello stile dell'auto piemontese non si è cristallizzata, ma nel tempo si è adeguata alle potenzialità di un mercato in evoluzione: dal creativo indipendente (Michelotti) al creativo-costruttore (Pininfarina e Bertone), dal creativo-progettista (Italdesign e Idea Institute) ai creativi-gestori di competenze emersi negli ultimi anni.