

AUTO, MOTO E MEZZI DI TRASPORTO



Il boom delle due ruote

Una fiumana ininterrotta di moto e scooter: è lo spettacolo proposto ogni giorno dalle strade di Hanoi e Ho Chi Minh city che assume livelli sconcertanti nelle ore di punta. Con i motociclisti, tutti provvisti di elmetto e molti (soprattutto le donne) di mascherina che, indifferenti, obbligano i pedoni ad acrobatici esercizi di abilità per evitare di essere travolti agli incroci. La moto, senza ombra di dubbio, è "il" veicolo del Paese, guidata da tutti: donne, uomini, giovani (tantissimi) e anziani. Nel 2010 in Vietnam sono stati venduti e prodotti più di 3,2 milioni di veicoli a due ruote e il dato cresce a un tasso annuo attorno al 15 per cento. Il Parco circolante si aggira attorno ai 35 milioni di unità e supera di circa 20 volte quello delle auto. Anche il tasso di crescita annuo è pari al doppio. E' il 'moltiplicatore' moto su auto più elevato del mondo. Ad Hanoi il numero di moto in circolazione, ormai copre più della metà degli abitanti. Ma nelle aree rurali la quota scende al 10%. Altissimo il numero di incidenti stradali che provoca oltre 12mila vittime all'anno.

Il mercato è largamente dominato dalla Honda, presente nel Paese con due fabbriche e una quota pari al 54% (1,7 milioni di unità). Prevede di salire a 2,5 milioni con la costruzione, già avviata, di un terzo stabilimento. Gli altri 'player' sono Yamaha, la taiwanese SYM, e Piaggio. I produttori

locali che utilizzano in prevalenza componentistica cinese standardizzata per produrre moto copiate da alcune modelli giapponesi degli anni '90, e che dieci anni fa controllavano il 78% della produzione, sono ormai ridotti a livelli poco rilevanti

Un'industria trainante

Il settore delle due ruote è anche il principale perno attorno a cui il Vietnam sta sviluppando la propria industria meccanica. Le origini sono relativamente recenti: risalgono alla metà degli anni '90 con l'avvio dei primi impianti di assemblaggio giapponesi (Honda, Yamaha, Suzuki), della taiwanese VMEP e della joint venture vietnamita tailandese GMN in cui veniva prodotta anche una quota non irrilevante di componentistica specifica (inclusa meccanica e frizioni) per i rispettivi modelli. Il livello elevato dei dazi metteva queste fabbriche al riparo dalle importazioni (degli stessi e di altri produttori) che continuavano comunque a coprire il 50% del mercato. I subfornitori locali, pochi operavano per lo più sul mercato dei ricambi.

Una importante svolta avviene alla fine degli anni '90 con un fenomeno che coinvolge anche altri mercati asiatici come Indonesia e Thailandia caratterizzati da un forte predominio giapponese. Ed è rappresentata da una vera e propria invasione di modelli low cost copiati dalle case giapponesi (come

il “supercub” della Honda) ma prodotti in Cina o assemblati localmente con componentistica cinese.

Vengono venduti prezzi con livelli d’ingresso bassissimi (attorno ai 400/450 dollari) pari a un terzo dei modelli nipponici locali e aprono il mercato a una nuova e più vasta fascia di consumatori. Nel caso del Vietnam la quota di mercato coperta da questo segmento (in termini di unità vendute) arriva a toccare il 70% nel 2003, su un volume di vendite complessive che sale a due milioni di unità.

In parallelo procede la reazione del Governo vietnamita che, per arginare l’esborso di valuta derivante da questa “invasione”, a partire dal 2001, decide di elevare la quota minima di “contenuto locale” per i veicoli assemblati localmente (che beneficiano di dazi ridotti). Si rafforza così una filiera di assemblatori locali, cinesi e taiwanesi e di produttori di componentistica varia, inclusi pistoni, ingranaggi, valvole, cilindri, alberi, serbatoi, ecc.

La reazione dei costruttori giapponesi non tarda a farsi sentire. Agevolati dalle nuove dimensioni assunte dal mercato, e quindi dalle economie di scala ormai possibili a livello industriale, cambiamo strategia proponendo prodotti economicamente più sostenibili e abbassando drasticamente i costi con l’imposizione di margini molto ridotti ai fornitori. Nel giro di pochi anni riescono così a recuperare le quote di mercato perdute.

Filiera giapponese e filiera “sino-taiwanese”

Ancora oggi, l’assetto produttivo dell’industria motociclistica vietnamita condizionato da queste vicissitudini. Nel Paese, continuano a operare in posizione di leadership le tre principali case giapponesi con relative catene dei principali subfornitori (che hanno aperto le loro fabbriche sul posto). Costituiscono un sistema relativamente chiuso anche se con un primo spiraglio aperto ai produttori locali rappresentato dalla componentistica cosiddetta di secondo livello.

In parallelo si sta consolidando un sistema più composito, formato da aziende di componentistica locali o a investimento estero (Taiwan e Cina) sviluppatesi inizialmente con la “invasione cinese” e che ora puntano a qualificarsi, allargando la propria sfera di mercato in Vietnam e nei Paesi vicini. Tra questi la filiale vietnamita della Lifan cinese produce motori. A livello di prodotto finito gli altri grandi costruttori presenti nel Paese, sono la SYM taiwanese che ha localizzato in Vietnam la sua principale piattaforma produttiva con una capacità di 500mila unità all’anno e il gruppo Piaggio che ha aperto uno stabilimento in Vietnam mirando al segmento di maggior prestigio. Gli assemblatori locali sono di dimensioni più limitate anche perché hanno difficoltà a proporre modelli in grado competere in un contesto in continua trasformazione.

L'integrazione di mercato tra i Paesi Asean comporta infatti una crescente integrazione tra l'industria delle due ruote vietnamita, quella tailandese e indonesiana che hanno caratteristiche analoghe (incluso il rinnovato predominio dei costruttori nipponici) e quella cinese.

La principale “sfida” per il Paese è rappresentata dal rafforzamento del comparto della componentistica sia locale che a controllo estero, con l'insediamento di ulteriori ‘player’. E da un allungamento della “catena del valore” del settore, ad esempio con la produzione di stampi e di altri materiali (plastiche, lamiere) utilizzati dall'industria delle due e delle quattro ruote. I numeri ormai ci sono.

Auto e veicoli industriali



Nel settore dell'auto invece, il Vietnam è ancora un piccolo mercato: nel 2010 sono state vendute 165 mila vetture. La circolazione totale ammonta a 1,6 milioni unità, cioè meno di 20 vetture per mille abitanti.

Una quota rilevante (53mila unità) sono importate direttamente. Le altre (112mila

unità) sono assemblate localmente in fabbriche visibilmente sottodimensionate. Le uniche di un certa consistenza sono quelle di Truong Hai/Kia e Toyota. Le rimanenti hanno produzioni mensili di poche decine di unità importate sotto forma di CKD. Hanno quindi un orizzonte di vita molto breve. Entra il 2018 infatti, il Vietnam dovrà adeguarsi alle regole del mercato comune ASEAN che prevedono una tariffa zero per le importazioni di veicoli prodotti Paesi vicini. In particolare dalla Thailandia, che è il principale polo produttivo della Regione con un forte insediamento di tutte le case automobilistiche e dei produttori di componentistica giapponesi con esportazioni annue previste nel 2011 pari a 1 milione di unità. Meno sviluppata (ma in crescita) l'Indonesia. Poco rilevanti (per ora) le Filippine.

Il futuro del settore auto rappresenta una grossa sfida per il Governo di Hanoi che non ha ancora definito un ‘politica’ per recuperare il terreno perduto. I leader politici del Paese oscillano tra due opzioni. Quella prescelta finora era di rinviare lo sviluppo del segmento vetture a dopo il 2020, in attesa di un aumento dei redditi della popolazione e di un adeguamento della rete stradale (oggi a Hanoi circolano 6.500 veicoli a 2 e 4 ruote per chilometro) puntando invece a un decollo del segmento dei veicoli industriali. Visione “razionale” ma che non tiene conto del contesto reale e delle forze in gioco per cui il Paese rischia di arrivare a quella data con

Aziende italiane in Vietnam

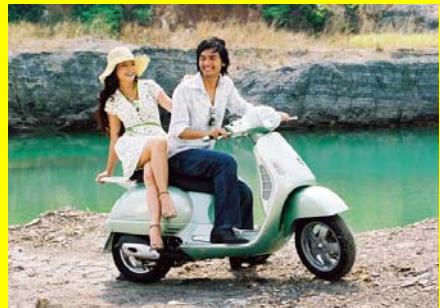


Piaggio Story

Il mercato può offrire sorprese inaspettate. Già a metà degli anni '90 Piaggio, che presidiava i mercati del Sudest asiatico (in pieno boom) dalla sede di Singapore, si accorge che in Vietnam, un Paese allora poverissimo, riusciva a vendere un migliaio di moto all'anno. Non moto qualsiasi, ma il modello Vespa che anche in Asia (dove i primi esemplari avevano fatto la loro apparizione già negli anni '60) aveva i suoi club di appassionati. In Indonesia, come in Vietnam e nelle Filippine, lo scooter "made in Italy", ricco di trazioni, si afferma un modo per distinguersi in un contesto dominato dalle piccole cilindrate Honda, Yamaha, Suzuki.

Le opzioni dei manager di Pontedera in quel momento sono però altre: puntano sulla Cina emergente e sul recupero di una presenza in India. Scelgono quindi nuovi soci con cui aprire una fabbrica a Foshan nella Provincia cinese del Guangdong e un'altra a Baramati nello Stato indiano del Maharashtra. In Vietnam decidono comunque di rafforzare rete di distribuzione e attività di marketing. Con risultati sorprendenti: nel 2007 le vendite raggiungono le 10mila unità, nonostante un prezzo che, a causa dei dazi, supera di quattro volte i prodotti locali. Di qui una la scelta di trasferire in Vietnam l'headquarter per i mercati della Regione Asia Pacifico e di aprire una nuova fabbrica, questa volta però (a differenza di India e Cina) sotto pieno controllo italiano.

Il progetto iniziale prevede di raggiungere 50 mila unità nel 2011 e 75mila nel 2012. Nella realtà i



progressi sono molto più rapidi: nel 2011 la produzione raggiunge le 120 mila unità e le vendite sul mercato superano le 90mila. Un’ulteriore risultato, dopo le iniziali difficoltà dovute alla richiesta del Governo di localizzare la fabbrica al Nord, nel Parco Indsutriale di Vinh Puc, invece che nei pressi di Ho Chi Minh City, è l’elevato tasso di “localizzazione” (attorno al 75%) dei modelli. Anche questo traguardo è stato raggiunto in pochissimo tempo (dopo un’iniziale attività di qualifica dei fornitori) grazie soprattutto alla disponibilità dei componentisti della filiera sino-taiwanese. In pratica, nello stabilimento di Vinh Puc l’attività si limita alle linee di saldatura, verniciatura e assemblaggio.

L’operazione Vietnam rappresenta il primo vero successo della Piaggio sul mercato delle due ruote in Asia. Tanto da portare alla decisione di un raddoppio delle linee, con l’obiettivo di arrivare a 300mila unità nel 2015, e di avviare anche l’assemblaggio in loco dei motori (inclusa lavorazione dei basamenti in alluminio, teste, ingranaggi), in sostituzione di quelli forniti dal partner cinese Zongsheng, con componentistica prevalentemente locale.

Nel frattempo la ‘visione’ si è allargata: la nuova fabbrica, così ampliata, sarà la piattaforma produttiva del gruppo per aggredire l’insieme dei mercati della Regione Asia Pacifico (iniziando dall’Indonesia) oltre che Australia, Corea del Sud e Taiwan, con un forte rafforzamento delle reti commerciali e dell’attività di marketing.

Un altro aspetto sorprendente dell’Operazione Vietnam di Piaggio è infatti la relativa facilità con cui il costruttore italiano è riuscito a posizionarsi sul mercato in posizione privilegiata, consentendo elevati margini di redditività. La Vespa viene venduta in Vietnam a un prezzo di listino che supera di due volte e mezzo quello dei corrispondenti modelli Honda per non parlare dell’Attila una (peraltro popolare) imitazione prodotta dalla SYM taiwanese. Questo grazie anche a un efficace politica di marketing che punta su immagine, tradizione e stile di vita, in aggiunta ad adeguati investimenti nella rete di vendita e assistenza.

una crescita ‘strutturale’ delle importazioni e un ritardo irrecuperabile nella produzione. “Dobbiamo assolutamente definire una politica industriale per l’auto”, avverte Ngo Van Tru, vicedirettore del Dipartimento dell’Industria Pesante del Ministero dell’Industria e Commercio. Non è facile. Un obiettivo è quello di “portare” nel Paese un costruttore di europeo che utilizzi il Vietnam come piattaforma per il mercato asiatico. Il problema: nel Paese manca una sufficiente presenza di produttori di componentistica. Si producono pneumatici, selleria, ruote, batterie, alcuni componenti elettromeccanici e si assemblano chassis. “Troppo poco”, come rileva lo stesso Ngo Van Tru.

L’alternativa è quella di far crescere il segmento proponendo il Vietnam come base produttiva di supporto delle case automobilistiche presenti nei paesi vicini (Cina, Thailandia e in misura minore Malaysia e Indonesia). Una delle prime iniziative in questa direzione è l’apertura, avvenuta nel 2011, di uno stabilimento della

Bosch per la produzione di cinghie per cambi a trasmissione continua per l’intero mercato dei Paesi Asean (1,6 milioni di pezzi annui con previsto raddoppio entro il 2015) con l’obiettivo di esportare anche in direzione di Cina e Giappone. Avviato anche un centro ricerca e sviluppo

E’ in questo senso che procedono attualmente le trattative con il gruppo sudcoreano Hyundai per avviare nel Paese la produzione di motori e scatole cambio. Hyundai già oggi si colloca al secondo posto sul mercato in termini di vendite davanti a Toyota (che assembla parte dei veicoli nel Paese con una percentuale di localizzazione dichiarata pari al 37%), General Motors e Ford. La posizione del gruppo come interlocutore di riferimento per le Autorità vietnamite nel settore auto è rafforzata dalla partnership della controllata Kia Motors con Truonh Hai (marchio: Thaco), che si colloca al primo posto tra i produttori locali ed è anche l’unico con una discreta rilevanza industriale



Il pioniere dell'industria dell'auto vietnamita

L'unico produttore di un certo rilievo nel settore auto (copre circa il 30% della produzione locale) e in quello dei veicoli pesanti è Truong Hai (marchio: Thaco) un'azienda avviata da Tran Ba Duong, un intraprendente personaggio, laureato in ingegneria al Politecnico di Ho Chi Minh City, che alla fine degli anni fa iniziò da un'officina con un centinaio di dipendenti dove "ringiovaniva" veicoli usati di importazione, prima di aprire il primo vero stabilimento di assemblaggio di autobus e camion leggeri con una capacità iniziale di 5mila unità annue. Da allora il gruppo è cresciuto e oggi controlla quattro stabilimenti dove si producono (assemblaggio, verniciatura) su licenza Kia Motors, camion fino a 10 tonnellate di portata, autobus e vetture e altre cinque fabbriche per la produzione di componenti diversi (fanaleria, selleria, parti elettromeccaniche). Ed è proprio su un'ulteriore sviluppo di questa attività che che Tran Ba Duong sta premendo sul Governo con l'obiettivo di far crescere il ruolo del Vietnam come piattaforma di produzione di componentistica auto per i mercati Asean e quelli di Cina e Giappone. Nel 2011 Thaco ha sorpassato Toyota con 28.500 veicoli venduti in crescita del 22% su base annua contro i 27.200 del costruttore giapponese, in calo dell'1% su base annua. Al terzo posto sul mercato, ma a grande distanza, si colloca General Motors.

<http://truonghaiauto.com.vn/>

