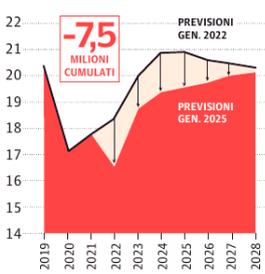


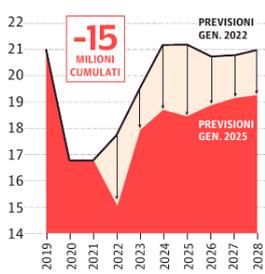
Dati e previsioni

Vendite in Nord America



Fonte: ANALISI BAIN SU DATI S&P MOBILITY, GEN 2022-2025

E in Europa

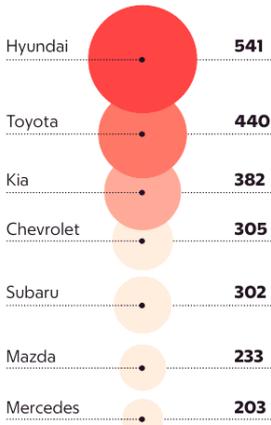


In Italia

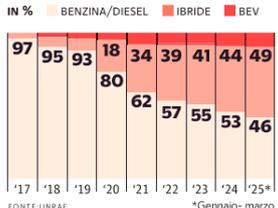
- Seconda mano**
Meno nuovo, più usato
- Elettriche ferme**
Al Sud sono solo il 4%
- Ibride al top**
Al 50%, Diesel in calo

Le auto importate negli Usa

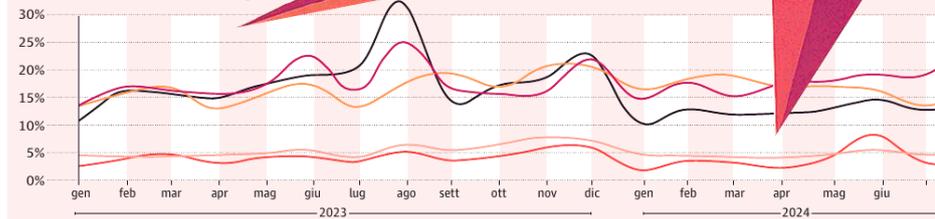
In migliaia di unità, 2024



Mix immatricolazioni in Italia



Quota auto elettriche in Europa



Qual è la via d'uscita? Domanda che rimbalza di bocca in bocca tra gli esperti del settore e tra i top manager alle prese con una delle più pesanti crisi dell'auto degli ultimi decenni. Fino a pochi mesi fa si parlava di una tempesta perfetta, tra crisi del mercato in Europa, dazi imposti dagli Stati Uniti e una Cina che si sta imponendo come primo player globale, pronta ad invadere con i suoi prodotti (non solo elettrici) ogni angolo del mondo. Ora c'è chi parla di un ciclone che potrebbe spazzare via parte dell'industria automobilistica del Vecchio Continente, un settore che secondo l'Accea, il club dei costruttori della Ue, vale tra il 7 e l'8% del Pil, circa 13 milioni di posti di lavoro e il 30% della spesa in ricerca e sviluppo. E non si vede ancora la luce in fondo al tunnel.

Un allarme lanciato anche da due delle maggiori case costruttrici d'Europa: Stellantis e Renault. A dire che non c'è più tempo, che bisogna intervenire subito, ora, nel 2025, il presidente della casa italo-francese, John Elkann, e l'ad di Renault, Luca de Meo. Due voci che hanno scelto il quotidiano francese *Le Figaro* per pungolare la Ue. «L'Europa deve scegliere se vuole ancora essere una terra di industria automobilistica o un semplice mercato. Tra cinque anni, a questo ritmo di declino, sarà troppo tardi. Il destino dell'industria automobilistica europea si gioca quest'anno». Parole lapidarie da parte di Elkann, che attraverso Exor è anche proprietario di questo giornale. Ma i due non vogliono suonare il *De Profundis* del comparto auto del Vecchio Continente. Anzi. Le due voci eccellenti del settore, che da sole rappresentano il 30% del mercato auto della Ue e che invitano Paesi come Italia, Francia e Spagna a reagire, lanciano anche proposte che potrebbero aiutare a risollevarlo il sistema. Idee condivise con tutta la filiera e il comparto.

Proposte che potrebbero servire a risollevarlo le vendite e il mercato in tempi rapidi perché i consumatori, alla fine, non comprano sulla base delle regole stabilite da una direttiva decisa a Bruxelles. E se le auto elettriche continuano a essere troppo care, meglio prenderne atto e scegliere di sostenere l'acquisto di auto ibride per sostenere il ricambio di un parco auto che si fa sempre più vecchio, 12 anni in Europa con punte di 17 anni in alcuni Stati come la Grecia: 250 milioni di veicoli che progressivamente potrebbero scomparire dalle strade sostituiti da mezzi nuovi. E poi regole diverse per le ammiraglie alto di gamma e per le city car, in modo da semplificare la produzione e

permettere di tornare a fare volumi nelle fabbriche europee. Un pallino di de Meo che immagina lo sviluppo di "Kei car" europee sulla falsariga di quelle giapponesi.

Insomma, l'Europa si deve ricredere rispetto alla strada segnata e alla data del 2035, anno in cui, stando alle norme in vigore, sarà consentito acquistare solo macchine full electric. E imboccare la strada della neutralità tecnologica.

Il primo passo lo ha fatto, rivedendo i termini di calcolo delle emissioni di CO₂ per determinare le sanzioni da infliggere alle case automobilistiche che non rispettano i nuovi limiti, più stringenti da gennaio. L'Europa, per evitare che i produttori ricevano una maxi multa da almeno 15 miliardi nei primi mesi del 2026, hanno deciso di calcolare le emissioni sul triennio 2025-2027. Basterà? No. Ma gli equilibri politici a Bruxelles non sono riusciti a produrre altri risultati. Nemmeno con il piano di azione di febbraio, ritenuto da tutti insufficiente. Tanto che il settore sta pensando ad una nuova manifestazione a Bruxelles per chiedere alla Ue di cambiare rotta prima che sia troppo tardi. «Si sta ragionando tra le diverse sigle e i diversi Paesi» sottolinea Roberto Vavassori, numero uno dell'Anfia, l'associazione che raggruppa le imprese dell'indotto - lo faremo se non avremo altro modo per incidere. Lo dico

Nuove regole l'unica via per l'auto europea

Le case produttrici strette tra guerre commerciali e vendite al palo chiedono una retromarcia a Bruxelles

di **Diego Longhin**

con rammarico, ma l'industria dell'auto è veramente in pericolo. Gli allarmi lanciati da più fronti sono reali».

Una situazione che trova conferma anche nell'ultima indagine Bain & Company realizzata per **Aniasa**, l'associazione nazionale delle industrie di autonoleggio. «Il settore continuerà a soffrire almeno fino al 2030 dopo un periodo di crescita di quindici anni e una pandemia che è stata fatale», sottolinea il report.

Sulla linea dell'incertezza anche le trimestrali delle case automobilistiche. A preoccupare non sono solo le percentuali negative a doppia cifra, ma le previsioni per l'anno in corso. Diversi gruppi, come Stellantis, Mercedes-Benz e Volvo, hanno preferito astenersi rispetto alle prospettive finanziarie del 2025. Questione di incertezze rispetto ai possibili impatti dei dazi americani.

Alla fine rappresentanti del settore ed esperti convergono su un punto: il mercato e l'incertezza geopolitica richiedono almeno un ripensamento, se non la creazione, partendo da zero, di una nuova strategia sull'automotive a Bruxelles. Un modo per permettere al settore di avere una prospettiva, senza il rischio di un forte ridimensionamento nel giro di una manciata di anni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista

Di Loreto

“È il momento di ripensare alle fusioni”

di Fabio Orecchini

▲ Partner

Gianluca Di Loreto è partner di Bain & Company Italia e responsabile per il settore automotive

Lo studio “Navigare nella nebbia”, presentato dalla società di consulenza Bain & Company e dall'Aniasa, associazione che in Italia rappresenta aziende di autonoleggio, sharing e soluzioni digitali per la mobilità, dipinge uno scenario a dir poco complicato per l'industria dell'auto. Gianluca Di Loreto, partner della Bain responsabile per l'automotive in Italia, individua però degli elementi chiari per la sopravvivenza del settore.

Nuova era dei dazi, transizione tecnologica faticosa, mercati che non crescono più. La nebbia che dà il titolo alla vostra ricerca sembra molto fitta. Ma come se ne viene fuori?

«Lo dico da tempo alle aziende con cui lavoriamo: fusioni e acquisizioni, questa è l'unica strada percorribile per l'industria dell'auto. In un momento in cui si deve investire in più direzioni, non lo si può fare se non si è grandi abbastanza. Aveva ragione Sergio Marchionne, va detto. Rimarranno pochi grandi gruppi nel settore dell'auto e chi è troppo

piccolo rischia di soccombere anche se ha una grande storia».

Andiamo con ordine, quali sono i fattori che rendono lo scenario così complicato?

«Tutti parlano dei dazi americani, che possono essere un problema per alcuni marchi ma non sono il problema principale. Le case giapponesi e coreane, in particolare, hanno negli Stati Uniti un mercato molto importante, quindi ne sono particolarmente colpite. Però hanno anche già localizzato negli Usa gran parte della loro produzione destinata al mercato interno, quindi sono attrezzate per affrontare la situazione. Il vero grande problema per tutti i gruppi, quelli europei in primo luogo, è nella contrazione dei mercati».

Può spiegare meglio?

«Il mercato mondiale dell'auto non cresce più. Dopo il crollo avvenuto con il Covid, non c'è stata la ripresa che ci si aspettava. Il Pil sta ricrescendo, mentre il mercato dell'auto no. Per la prima volta, quindi, la crescita delle vendite di nuove auto non segue quella del Pil mondiale. Il mercato dell'auto in Cina, dopo anni di crescita con doppia cifra percentuale, è destinato ad aumentare molto lentamente (+0,3% l'anno) da qui al 2030. Ed è destinata a decrescere stabilmente in Europa (-0,6%) e in Nord America (-0,4%), con un decremento anche più accentuato in Corea e in Giappone (-1,2%). Una nuova domanda di auto potrebbe arrivare dall'Asia meridionale e dal Sudamerica ma i numeri globali di richiesta di automobili non sono destinati ad aumentare

significativamente».

Chi rischia di più in questo scenario?

«Dall'analisi emerge una posizione critica per i marchi tedeschi, le cui vendite sono molto dipendenti dal mercato europeo (che pesa il 34% per Volkswagen, 40% per Mercedes, 37% per Bmw, 41% per Audi) e dal mercato cinese (che pesa il 41% per Volkswagen, 31% per Mercedes, 32% per Bmw, 39% per Audi). Poi ci sono i marchi francesi e italiani, fortemente dipendenti dal sofferente mercato europeo (Peugeot registra l'83% delle vendite nel nostro continente, Renault il 74%, Fiat il 43%). Il rischio per i marchi coreani e giapponesi è soprattutto dovuto all'importanza del Nord America (che incide per il 26% sul totale delle vendite mondiali della Toyota, 39% per Nissan, 40% per Honda, 28% per Hyundai e 35% per Kia) ma nel complesso si tratta di marchi molto ben bilanciati nelle diverse aree geografiche del mondo».

E la tanto temuta invasione di auto cinesi?

«I marchi cinesi vendono soprattutto in Cina (93% per Byd, 81% per Geely), il loro problema è eventualmente legato alla debole crescita del mercato interno. L'Europa per loro pesa ancora veramente poco (2% per Byd, 13% per Geely). Anche se la presenza cinese sul nostro mercato è indubbiamente destinata ad aumentare, non sembra essere il problema principale».

Però in tema di elettrificazione i marchi cinesi, giapponesi e coreani sembrano avere un vantaggio sulle case europee e americane.

«Sì, è così. Per questo l'industria occidentale deve guardare alla

strategia delle fusioni e delle acquisizioni, perché nella nebbia che vediamo c'è bisogno di poter investire in impianti produttivi localizzati sui principali mercati, in tecnologie di elettrificazione - con l'ibrido che si dimostra l'opzione preferita dai clienti - e in digitalizzazione. Altrimenti si è tagliati fuori. E anche lo sviluppo digitale, guardando alle capacità produttive e di innovazione, al momento vede avanti i Cinesi».

***Aveva ragione
Marchionne:
resteranno pochi
grandi gruppi nel
settore e chi è troppo
piccolo rischia
di soccombere***