

OPINIONE
ECONOMIA

IL DECLINO DELL'AUTO IN UN FUTURO SENZA CRESCITA

Molto lontano dai fasti del passato, l'automotive deve fare i conti con tempi incerti e reinventarsi per non crollare



**MONICA
SECONDINO**

Giornalista, collabora con Il Fatto Quotidiano; è cofondatrice del sito www.donneinauto.it

L'IMPERO DELL'AUTOMOBILE, per oltre un secolo simbolo per eccellenza del progresso, scricchiola. Le lancette della storia sembrano girare al contrario: non è più l'industria a trainare il mondo, ma il mondo a porre limiti sempre più netti. È il "Crepuscolo degli dei" automobilistici, una sorta di *Götterdämmerung* - dramma musicale di Richard Wagner che racconta la fine del mondo nella mitologia nordica - che non risparmia nessun continente. Lo studio "Navigare nella nebbia. Il futuro incerto dell'automotive" firmato da ANIASA e Bain & Company è una fotografia nitida di un paesaggio sfocato e suona come un epitaffio: "Il mercato dell'auto non crescerà per molto tempo", come spiega Gianluca Di Loreto, Partner e responsabile italiano automotive di Bain & Company. È un problema globale. Dopo i fasti del periodo 2001-2017, in cui l'auto sembrava destinata a conquistare ogni angolo del pianeta (trainata soprattutto dalla Cina) e il mercato saliva del 3,3% all'anno, oggi si registra un brusco stop. Il tasso di crescita previsto al 2030 è di appena +0,2% annuo. È come se un tempo glorioso avesse esaurito il proprio carburante, e oggi arrancasse in folle. Le mappe del mercato ci parla-

no di un nuovo ordine mondiale per il periodo 2017-2030. L'Asia orientale — gigante un tempo ruggente — oggi frena. La Cina (+0,3%) e il Giappone con la Corea (-1,2%) non cresceranno quasi più. In Europa e Nord America, il declino è già in atto. Al contrario, Sud America e Asia meridionale sembrano pronte a raccogliere il testimone, come nuove promesse del capitalismo su quattro ruote. È lì che si sposta il baricentro della domanda, alimentato da urbanizzazione e crescita economica. Ma la crisi non è solo numerica. È geopolitica, commerciale, culturale. Gli Stati Uniti vogliono riportare la manifattura in patria, la Cina consolida il proprio dominio industriale, l'Europa si scopre vulnerabile. Le Case tedesche sono tra le più esposte: perdono terreno in Cina, affrontano la stagnazione interna e rischiano di perdere il mercato USA per via dei nuovi dazi. In pochi anni la globalizzazione ha creato un solo grande Paese esportatore, la Cina e un solo grande importatore, l'America che basa il 23% del proprio fabbisogno annuale di veicoli leggeri sulle importazioni. È una nuova guerra fredda su quattro ruote, dove i confini si tracciano con accordi doganali e fabbriche localizzate. In mezzo a

questo scacchiere in movimento, l'Italia appare come un mosaico di contraddizioni. L'auto resta centrale nelle abitudini quotidiane degli italiani, ma le vendite di vetture nuove non decollano: il mercato dell'usato vince e il parco circolante invecchia. Eliminare il Diesel non ha portato i benefici attesi: nonostante il crollo dei volumi dal 56% al 10% in dieci anni, le emissioni medie di CO₂ sono rimaste sopra i 115 g/km, peggiori rispetto al 2015. E mentre l'Europa impone l'elettrico con la forza della normativa, l'Italia risponde con un'alzata di spalle. Le auto a batteria sono ferme al 5% del mercato, soprattutto nel Mezzogiorno, dove la mobilità elettrica resta un miraggio. Le ibride si impongono come via di mezzo rassicurante: non troppo rivoluzionarie, non troppo costose. Una scelta che sembra dettata più dalla paura che dalla visione. E così il nostro Paese è come Ulisse senza bussola, stretto tra le sirene della transizione e i mostri della realtà economica. L'industria dell'auto deve reinventarsi, con pragmatismo, coraggio e anche una buona dose di umiltà. Non esiste una soluzione unica, ma forse bisogna sfuggire alla tentazione del "meglio soli": in tempi di incertezza servono spalle grosse e unire le forze sarebbe meglio. In fondo, anche i giganti più possenti possono cadere. A volte, proprio nel momento del crollo, nascono le idee più forti.

**LA CRISI È COMMERCIALE E GEOPOLITICA.
L'EUROPA SI È SCOPERTA VULNERABILE,
SCHIACCIATA TRA CINA E STATI UNITI**