

Auto, l'industria cinese prende piede e conquista il 2% del mercato italiano



Made in China. Le produzioni di BYD Company Limited, società manifatturiera cinese con sede a Shenzhen

Automotive

Un rapporto dell'Anfia registra il raddoppio delle quote di vendite

A guidare la corsa è Mg, Morris Garages, casa inglese parte del gruppo cinese Saic

Filomena Greco

TORINO

Le case produttrici cinesi puntano sul mercato italiano ed europeo facendo della spinta verso l'elettrificazione il cuneo su cui far leva per consolidarsi nel Vecchio Continente. La quota di mercato in capo alle case cinesi ha superato il 2% nel primo semestre dell'anno, più che raddoppiata rispetto al 2022 (0,9%) come evidenzia l'elaborazione dei dati realizzata da Anfia per Il Sole 24 Ore. Percentuale che si assesta all'1,5% se si considera invece il mercato europeo (dati Acea).

La "marcia" in Europa delle case cinesi, forti di un know-how consolidato nella mobilità elettrica, è iniziata, come da qualche tempo rilevano le principali società di analisi internazionali e come

già accaduto un ventennio fa per l'industria giapponese o coreana. Un recente studio di Fitch evidenzia come la Cina abbia assistito a cambiamenti significativi nei suoi mercati di esportazione di auto: l'Europa è diventata la prima area di export «con il 39% del volume esportato nei primi cinque mesi del 2023» dal 6% registrato nel 2018. L'attenzione dei brand cinesi verso l'Europa, evidenzia l'Automotive Disruption Radar di Roland Berger, è confermato dal fatto che quasi un'auto su 12 delle elettriche immatricolate in Europa arriva dalla Cina.

Le case cinesi in Italia e Ue

A guidare la salita delle case cinesi in Italia è il Gruppo Mg, Morris Garages, casa automobilistica inglese parte del gruppo cinese SAIC. In un anno ha quintuplicato i suoi volumi registrando da gennaio a giugno oltre 16mila immatricolazioni, poco sotto la soglia di Alfa Romeo, ad esempio, in linea con il fenomeno Dr che, tra 2022 e 2023, ha raddoppiato i volumi consolidando la quota di mercato dell'1,7%. Altro brand che si è fatto strada in Italia è Lynk&Co - 0,3% di quota, 3.100 immatricolazioni nel semestre, il 70% in più rispetto a un anno fa - casa automobilistica fondata nel 2016 di proprietà del gruppo Geely, a cui fa capo Volvo e che, con Daimler, ha sviluppato una joint ven-

ture per sviluppare la gamma di Smart elettriche. Proprio Geely, insieme a Saic, rappresentano i due gruppi emergenti in Europa con, rispettivamente, una quota di mercato dello 0,3 e dell'1,2%, a fronte di oltre 87mila autovetture Made in China immatricolate da gennaio a giugno scorsi.

Rischio o opportunità

Questo trend che impatto avrà sulle filiere della componentistica in Italia? Per Gianmarco Giorda, direttore dell'Anfia, «quello che rappresenta una potenziale minaccia per i nostri produttori potrebbe diventare una opportunità se l'Italia riuscisse a fare sistema e attrarre un costruttore cinese». In molti guardano con interesse al Gruppo Byd, con il ministro francese le Maire che ha incontrato il numero uno del gruppo cinese a

fine luglio. «Si tratta di una realtà molto promettente e tecnologicamente avanzata» conferma Giorda che mette sul tavolo però, oltre all'hi tech, un secondo tema: «c'è una forte asimmetria tra Europa e Cina sul fronte dei dazi». Chi esporta in Europa paga circa il 10%, chi dall'Europa esporta in Cina arriva ad una quota compresa tra 20 e 25%. «Questa situazione andrebbe riequilibrata - aggiunge - anche se non è un passaggio semplice perché non tutti i paesi europei avrebbero la stessa posi-

zione». Si pensi al fatto che alcuni gruppi hanno radicato parte della propria produzione in Cina e l'aumento dei dazi sarebbe per loro un danno. Bmw e Renault, evidenzia lo studio di Fitch, producono iX3 e Dacia Spring attraverso le joint venture in Cina mentre Volkswagen prevede di utilizzare

la sua Bev jv di proprietà al 75% nella provincia di Anhui per la produzione di Tavascan, primo

modello di suv elettrico del marchio Cupra, dal 2024. «Sulle auto elettriche, a cominciare dai segmenti più bassi - ammette Giorda - la competizione con i cinesi è forte e i loro prezzi competitivi stanno favorendo la penetrazione sia sul mercato dell'elettrico che delle motorizzazioni tradizionali». I brand cinesi stanno registrando una particolare attenzione da parte delle società che si occupano di noleggio e leasing, con

la formula del noleggio a lungo termine che ha visto, dal 2016, raddoppiare la sua quota, dal 12,4 a oltre il 26%, come evidenzia Aniasa, con oltre il 30% dei modelli bev immatricolati e il 56% delle ibride plug in.



Le auto Lynk&Co, con 3.100 immatricolazioni nel semestre, sono in aumento del 70% rispetto a un anno fa

