

L'automotive affronta il passaggio all'elettrico e le sfide dalla Cina

Automotive Business Summit. Il tema degli incentivi resta centrale per favorire la transizione, mentre la minaccia da Oriente è sempre più forte

**Filomena Greco
Simonluca Pini**

Una transizione a tappe forzate, con qualche incognita in più – a cominciare dal “fattore” Cina – e un sistema di politiche industriali e incentivi che fatica a delinearsi. In questo scenario, come sottolineato dal direttore del Sole 24 Ore Fabio Tamburini in apertura della terza edizione dell'Automotive Business Summit, «la partita tra Europa e Cina è aperta anche in virtù di un cronoprogramma imposto dalla Ue che potrebbe cambiare». Nero su bianco, i servizi digitali legati alla mobilità genereranno ricavi per circa 3,5 trilioni di dollari entro il 2040 sottolinea Teodoro Lio di Accenture, «con una crescita esponenziale rispetto al 2-3% dei ricavi ad oggi. C'è quindi ancora molto spazio e molto potenziale sia per gli operatori attuali della filiera sia per i nuovi player, siano esse start up o aziende che si muovono da settori adiacenti». Questa la chiave degli sviluppi futuri di una industry nella quale l'Europa, e la stessa Italia, si stanno giocando il loro posizionamento a livello globale. Questione industriale e di mercato, insieme, nella quale la tecnologia gioca un ruolo centrale, parte integrante dei veicoli software-defined e vero acceleratore del comparto.

Con il ministro Gilberto Pichetto Fratin si è affrontato il nodo del ritardo sulle immatricolazioni dell'elettrico, causato in larga parte, secondo il ministro, dai costi eccessivi dell'auto elettrica in relazione agli stipendi italiani. «Il percorso è quello che riguarda il sistema industriale, il sistema produttivo per arrivare a dei prezzi che siano compatibili con il mercato. È una questione di tempi, di salari, di cultura» ha detto il ministro. Il tema degli incentivi – alla domanda e al-

l'offerta – resta centrale per accelerare la transizione dell'industria dell'auto. L'Italia deve fare di più, è l'indicazione che arriva da produttori e operatori del settore. Sul piatto ci sono i 600 milioni che si stima rimarranno inutilizzati entro fine anno e i quasi 7 miliardi del Piano Auto ancora nel cassetto. Aumentare la soglia di aiuti per i modelli Bev e sostenere la mobilità aziendale, a cui va solo il 50% degli aiuti previsti per i privati, come ricorda Alberto Viano presidente di Aniasa, restano i due temi di maggiore attualità. Il dibattito in Francia sulla possibilità di modulare gli incentivi, così da favorire le produzioni europee, sottolinea Francesco Naso segretario generale di Motus E, «apre la possibilità che anche l'Italia possa andare in questa direzione, nonostante le incognite legate alla posizione dell'Ue». Servirebbe dunque una politica europea capace di valorizzare le filiere mentre il dossier aperto sui dazi cinesi potrebbe avere effetti limitati.

Tempi di sviluppo più veloci, maggiore velocità di innovazione, riduzione dei costi e competitività migliorata: in questa direzione stanno andando gli sforzi dei player europei e italiani. Nonostante le difficoltà. «Stiamo investendo moltissimo in elettrificazione e abbattimento di emissioni – ha ricordato Santo Ficili di Stellantis – e nel 2030 venderemo solo auto elettriche o a zero emissioni». Il contenimento degli inquinanti è un punto fermo anche per Toyota, con un'offerta multi energia dove non mancheranno vetture ad idrogeno e in un futuro non troppo lontano batterie allo stato solido in grado di migliorare l'efficienza dei Bev. Proprio una gamma completamente elettrica è il punto di forza di Polestar, marchio del Gruppo Volvo, mentre Audi cresce in materia di elettrificato ed elettrico

e vede nel Bev il futuro della mobilità. In questo contesto si inserisce anche la rivoluzione elettrica che guiderà Maserati sotto il segno del brand Folgore con il debutto dei due modelli full electric – Gran Turismo e Grecale – nel 2024. Di come «anticipare l'innovazione» parla Pierangelo Misani, Executive vice president Research & Development and Cyber di Pirelli sintetizzando il lavoro fatto sugli pneumatici destinati alle elettriche e sullo sviluppo della linea di pneumatici dotati di sensori. «Portare avanti una transizione di successo – spiega Magdalena Jablonska vice president Charging & Energy Business Unit di Stellantis – significa adottare un approccio capace di valorizzare l'ecosistema in cui operano, oltre al produttore, anche altri player come gli energy provider, per accelerare lo sviluppo di tecnologie di ricarica e di accumulo e garantire al cliente una esperienza semplice e veloce».

L'arrivo di player cinesi può diventare un vantaggio per i concessionari, come ricorda da Adolfo De Stefani Cosentino, presidente Federauto, «perché di una rete di distribuzione hanno bisogno tutti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Player italiani ed europei impegnati a ridurre i tempi di sviluppo e i costi e ad aumentare la velocità di innovazione



Peso: 55%

900

PARTECIPANTI

È di oltre 900 il numero dei partecipanti al digital event del Sole 24 Ore "Automotive Business Summit. Gestire la rivoluzione elettrica" che si

è tenuto ieri, organizzato da Il Sole 24 Ore. Main Partner dell'evento è Polestar con Accenture nel ruolo di Official partner. In collaborazione con Toyota e Stellantis

I protagonisti del mercato



MAGDALENA JABLONSKA
Vice President
Charging &
Energy Stellantis



ESSERE PRONTI

«L'elemento chiave per rispondere alla transizione energetica è offrire soluzioni efficienti ai clienti»



PIERANGELO MISANI
Executive Vice
President R&D
and Cyber, Pirelli



GOMME EVOLUTE

«Gli pneumatici stanno evolvendo grazie all'elettrico, sviluppando nuove tecnologie in virtù delle sfide da affrontare»



SANTO FICILI
Stellantis
Italy Country
Manager



PARTNER CINESE

«L'accordo con LeapMotor ci permetterà di offrire nuovi prodotti a vantaggio della nostra rete vendita e dei clienti»



ELISA WELTERT
General
Manager South
Europe Maserati



ADDIO AI PISTONI

«Nel 2025 versione elettrica su tutti i modelli. Dal 2030 commercializzeremo solo auto a zero emissioni»



TEODORO LIO
Consumer and
Manufacturing
Industries
Lead,
Accenture Italia



L'IMPORTANZA DEI SERVIZI

«La catena del valore raddoppierà nei prossimi 15 anni, grazie a ricavi dal digitale per 3,5 trilioni di dollari»



PAOLO LANZANI
Head of
Automotive and
Manufacturing
Market, Infor



ATTENZIONE AI MACROTREND

«La tecnologia può supportare molto la supply chain, perché fornisce dati analitici anche nei periodi più complessi»



FABRIZIO LONGO
Brand
Director
Audi Italy



TECNOLOGIA MIGLIORE

«La trazione elettrica assicura la maggiore efficienza rispetto a ogni altra soluzione odierna. La strada è tracciata»



ANDREA CARDINALI
Direttore
Generale
Unrae



OGGETTIVO COMUNE

«Parliamo di neutralità tecnologica ormai da tempo. Le soluzioni più mature avranno maggiore successo»



LUCA VETRONE
Communication
& External
Affairs General
Manager Toyota



ACCANTO AL CLIENTE

«Servizi pensati per rispondere al cambiamento, con soluzioni diverse ma caratterizzate da grande flessibilità»



MAURIZIO SALERNO
Head of
Marketing
Polestar Italy



ONLINE PREPONDERANTE

«Il business model è 100% digitale. Non c'è più il classico concessionario e arrivano nuove realtà come gli Space»



In fabbrica. La linea di produzione a Sochaux della Peugeot 3008 elettrica la cui piattaforma è condivisa con i modelli, anche Lancia, che saranno costruiti a Melfi



Peso: 55%