



## L'analisi

# Auto, il mercato da ripensare

Francesco Grillo

**E**siste un numero che è assai significativo per leggere il futuro delle aziende quotate. Si chiama capitalizzazione ed è il valore che i mercati finanziari attribuiscono alla capacità di un'impresa di generare ritorni ai propri azionisti nel tempo. Il giorno prima dell'annuncio da parte di Donald Trump di voler applicare dazi del 25% su tutte le automobili importate, la capitalizzazione dei cinque grandi costruttori europei (Volkswagen, Stellantis, Mercedes, Bmw e Renault), era pari a circa 200 miliardi di dollari: meno di un quarto del valore che gli stessi mercati fissavano per Tesla. Eppure, le cinque sorelle vendono ancora 25 milioni di automobili, un terzo di tutti i veicoli acquistati nel mondo; mentre Tesla che, pure, ha perso dall'inizio dell'anno metà del suo valore, vende meno di un terzo delle vetture fatturate dalla sola Stellantis. Del gruppo, cioè, erede di quella Fiat che solo quindici anni fa acquistò la terza più grande azienda automobilistica americana - Chrysler - salvandola dalla bancarotta. Bastano questi numeri per certificare che un intero modello industriale è arrivato al capolinea. Anche prima di uno schiaffo che rischia di essere definitivo.

Le ragioni del declino dell'automobile sono.

solescenza della tecnologia attorno alla quale pure abbiamo costruito un'intera civiltà industriale.

L'invenzione dell'ingegnere tedesco Karl Benz che Henry Ford ebbe il merito di rendere accessibile a tutti, rese possibile quella libertà individuale di scegliere quando e dove muoversi che ha accompagnato il più grande salto in termini di benessere della storia dell'umanità. Ma l'automobile ha anche definito il carattere di una società che sulle quattro ruote ha fatto viaggiare sogni individuali e collettivi.

Cento anni dopo le prime catene di montaggio a Detroit, il sogno si è inceppato: in un mondo che deve rifare i conti con risorse economiche e ambientali scarse, nessuno si può più permettere sprechi così spettacolari. Oggi un'automobile viene mediamente utilizzata per non più del 10% della sua vita utile; viaggia ad una velocità che è il 20% di quella massima per la quale è progettata; è occupata per poco più di un quarto del suo spazio. Infine, alimentiamo il mezzo con un carburante (fossile) che costa diverse volte di quello più economico (l'elettricità).

Queste sono le ragioni strutturali della crisi. E l'Europa, ora, e gli Stati Uniti, prima, ne sono stati vittima perché, semplicemente, sono più legati ad un modello nato tra Torino e Detroit. Ennu-

le tradizionali utilizzando le competenze che abbiamo è fatta di idee semplici. Dobbiamo rendere economicamente sostenibili energie più pulite: in questo la Cina ha un vantaggio tecnologico tale che, invece di temerla dovremmo attrarla per aprire stabilimenti in Europa. In secondo luogo, bisogna riorganizzarsi attorno all'idea che vendiamo servizi (condivisi) e non necessariamente prodotti. Strade interessanti sono quelle della guida autonoma che risparmia la nostra risorsa più scarsa (si chiama tempo); il ritorno ad automobili più piccole (su questo chi ha fatto Fiat deve avere un vantaggio); costruire sulla storia, brand che puntino a nicchie di clienti in cerca di tradizione (Ferrari vale il doppio di Stellantis).

Per vincere è, però, necessario che lo Stato svolga un ruolo. Non con i sussidi che fanno sopravvivere industrie obsolete. Cento anni fa le città italiane ed europee furono totalmente riorganizzate per passare dalle carrozze trainate dai cavalli alle prime "topolino" uscite da Mirafiori. Oggi abbiamo bisogno di infrastrutture di ricarica e strade dedicate a veicoli elettrici e a guida autonoma.

Lo schiaffo di Trump fa male. Soprattutto a imprese come Volkswagen che esportano l'80% del fatturato pensando di poter vendere le "automobili del popolo" di Wolfsburg indistintamente a popoli diversi. Negli anni Sessanta i grandi progetti industriali (come quello di Valtellina) si accompagnavano ad una visione di Paese (ad esempio dell'Autostrada del Sole inaugurata da Aldo Moro). La crisi dell'automobile ci costringe a recuperare quell'ambizione. E quel pragmatismo.