

LE REGOLE IL MADE IN EUROPE

La richiesta di favorire auto e componenti realizzati nei paesi della Ue e in discussione a Bruxelles può aiutare a patto di escludere chi ha accordi commerciali già in essere come Turchia e Marocco

nale verso Volkswagen varrebbe tra 1,3 e 1,8 miliardi. Di questi, tra 805 milioni e 1,1 miliardi sarebbero concentrati nelle regioni del Nord-Ovest, tra Piemonte, Lombardia, Liguria e Valle d'Aosta. «I piani di ristrutturazione varati da Volkswagen - dice Vavassori - fotografano di fatto una situazione che il gruppo sta già vivendo con una riduzione della produzione da 11 a 9 milioni. Situazione che in parte è già stata assorbita dall'indotto. È preoccupante quello che potrebbe accadere in futuro». Anche perché gli stabilimenti di Emden, Zwickau, Hannover e Neckarsulm sono appesi ad un filo: senza risparmi chiuderanno. E vorrà dire altra produzione ridotta.

C'è poi la minaccia cinese: i marchi di Pechino, che hanno tassi di crescita a due o tre cifre, ormai rappresentano il 15% del mercato. Una soluzione può essere trovare un accordo con i costruttori del Dragone per usare gli stabilimenti di troppo, come sta facendo Stellantis con Leapmotor e Dongfeng. Politica che potrebbe portare ad altre partnership con un impatto sociale più gestibile rispetto a delle pure riduzioni di organico. Con la fabbrica passano in carico alla joint venture anche i lavoratori. Non è detto che si eviti l'effetto negativo sull'indotto: se negli stabilimenti verranno assemblati veicoli con parti importate dalla Cina, il vantaggio per i fornitori italiani sarebbe minimo. I componenti valgono l'80% del veicolo. «Se fossero di derivazione interamente cinese,



L'OPINIONE

C'è poi la minaccia cinese i marchi di Pechino crescono a due cifre e anche un accordo con questi costruttori non risolverebbe del tutto l'indotto

parleremmo comunque di un'ecatombe», dice Vavassori. Per questo è centrale il tema del "Made in Europe" in discussione a Bruxelles. Ancora alla quale si può attaccare soprattutto l'indotto del Vecchio Continente per salvarsi. La richiesta di favorire auto e componenti fatti nella Ue può servire a patto - dice l'Anfia - che non si considerino europei anche «i prodotti realizzati in Paesi legati all'Unione da accordi commerciali, come Turchia e Marocco, o in futuro l'India». Una misura che rischia di trasformarsi in un boomerang. Rimanendo a Bruxelles, sul banco degli imputati, ci sono anche le regole sulle emissioni di CO₂. E il settore chiede una pausa, di due o tre anni, per sfuggire a una «bulimia regolatoria» che rischia di piegare un settore che in Europa vale intorno al 7% del Pil e impiega 13 milioni di persone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'INTERVISTA

“Troppe fabbriche il modello va ripensato”

Josef Nierling, ceo di Porsche Consulting:
“In Europa la capacità produttiva supera la domanda e alcuni impianti saranno chiusi
Ora la formazione sia una priorità: la transizione ecologica senza nuove competenze crea paura”

Il modello dell'automotive europeo va ripensato». Per Josef Nierling, ceo di Porsche Consulting, bisogna prendere atto della situazione ed intervenire.

Quanto è grave la crisi?

«È una fase molto difficile. Non sarà una ripresa rapida. In Europa abbiamo troppa capacità produttiva rispetto alla domanda reale. Molti impianti lavorano sotto il loro potenziale. Per questo serviranno ristrutturazioni, tagli di costi e nuove strategie».

Il problema principale è la sovracapacità?

«Sì. In diversi stabilimenti europei l'utilizzo è al 40 o 50%. In Germania siamo in media sotto il 70%, in Italia intorno al 60%. È inevitabile che alcune produzioni vengano concentrate, altre riconvertite, altre ancora chiuse».

L'Europa rischia una crisi occupazionale?

«Alcuni lavori cambieranno, altri spariranno, altri nasceranno. Il punto è prepararsi. Formazione e riqualificazione devono diventare priorità, non slogan. La transizione ecologica senza transizione delle competenze crea paura».

La Cina è il grande concorrente. Ma le case europee cercano accordi con Pechino. È un paradosso?

«No, anche perché il mondo si sta dividendo in grandi aree: Europa, Cina, Stati Uniti. Le aziende dovranno produrre sempre più vicino ai mercati. In Cina si faranno auto per la Cina, con modelli pensati per quei clienti. Ci sono già accordi in questo senso. Non è la fine della globalizzazione, ma cambia il modo di essere globali».



L'export europeo perderà ancora più peso?

«In parte sì. Germania, Italia e Francia hanno costruito molto sull'export. Ma in futuro conterà di più avere fabbriche locali nei mercati chiave. Volkswagen, per esempio, sta investendo negli Usa anche con marchi pensati per quel mercato».

Gli Stati Uniti restano attrattivi?

«Nonostante i dazi, l'economia Usa cresce e il mercato auto pure».

La Germania è il grande malato d'Europa?

«È in difficoltà, soprattutto nell'auto, ma resta un'economia forte. Alcuni settori rallentano, altri crescono, come la difesa e le tecnologie dual use, civili e militari».

Le fabbriche di auto possono riconvertirsi alla difesa?

«Solo in parte. Non si passa da un'auto a un carro armato dall'oggi al domani. Si possono usare spazi, competenze industriali, capacità organizzative. Ma processi e tecnologie sono diversi».

Perché la Spagna va meglio?

«Perché ha puntato sull'attrazione degli investimenti e ha gestito bene un elemento nevralgico come l'energia. Inoltre è un'economia più piccola e più sostenuta dai consumi interni. Non va idealizzata, ma offre una lezione al resto dell'Europa».

L'Italia è azzoppata proprio per il costo dell'energia?

«Pesa, ma non basta a spiegare tutto. Il vero nodo è l'innovazione. La Cina non sfida solo l'auto: anche macchine utensili e automazione, settori forti per l'Italia, sono sotto pressione. Serve un salto tecnologico».

L'elettrico resta la strada principale?

«Sì, ma non può essere raccontato come una formula magica. L'auto elettrica funziona se ci sono infrastrutture, energia pulita, prezzi accessibili e una filiera solida. Oggi molti clienti sono interessati, ma hanno dubbi: autonomia, ricarica, costo. Bisogna rispondere a questi dubbi con soluzioni concrete».

Molti automobilisti europei sembrano aspettare...

«È vero. Il cliente non rifiuta il cambiamento, ma vuole fiducia. Se una famiglia deve comprare un'auto, guarda al prezzo, alla praticità, al valore futuro. In questa fase il mercato è sospeso: le regole cambiano, la tecnologia evolve, gli incentivi non sono sempre stabili. Questo frena le decisioni».

Che cosa dovrebbero fare i costruttori?

«Semplificare. Meno complessità nei modelli, più efficienza in fabbrica, più attenzione al software e ai servizi. L'auto non è più solo meccanica. È una piattaforma connessa. Chi saprà unire qualità industriale e cultura digitale resterà competitivo».

E i fornitori?

«Per loro la transizione è ancora più delicata. Molte aziende hanno costruito competenze eccellenti sul motore tradizionale. Ora devono riconvertire investimenti, persone e processi. Non tutti ce la faranno da soli. Servono alleanze, dimensioni e coraggio manageriale».

L'indotto italiano è a rischio?

«L'Italia ha una filiera molto forte nella componentistica, nel design, nell'automazione, nella meccanica di precisione. Deve però inserirsi di più nelle nuove catene del valore: batterie, elettronica e software. Non basta difendere il passato».

Qual è la sfida?

«Rendere l'auto europea di nuovo desiderabile, accessibile e competitiva. Non solo più verde, ma anche più semplice da comprare, usare e produrre. Questa è la vera prova».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

10%

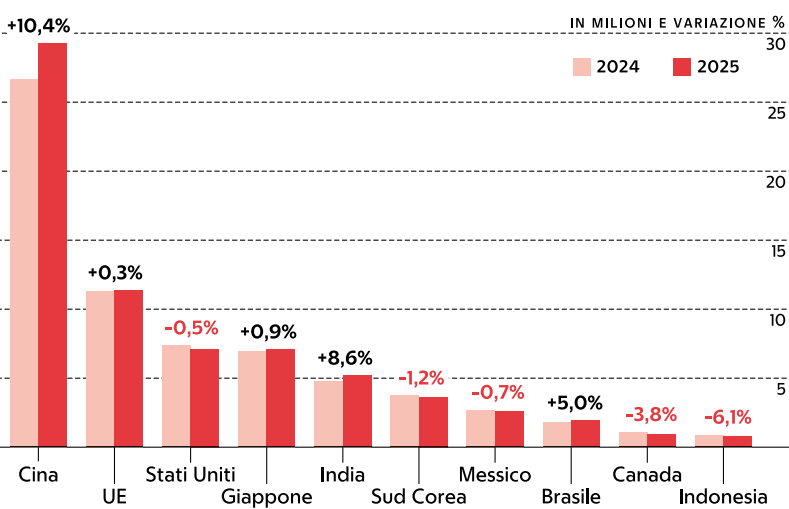
LA STIMA

Nei primi cinque mesi le aziende italiane hanno perso il 5% di export verso la Germania. La stima per fine anno è -10%



INUMERI

I MAGGIORI PRODUTTORI DI AUTO



① La produzione di automobili della Volkswagen è scesa da undici a nove milioni di unità