



## L'INTERVISTA

## Chi ha parlato con il consumatore?

È QUESTO IL TASSELLO MANCANTE CHE PER IL DIRETTORE DI QUATTORRUOTE **GIAN LUCA PELLEGRINI** SPIEGA, IN LARGA PARTE, LO SCARSO SUCCESSO DELL'ELETTRICO. MA LE TRASFORMAZIONI NEL MONDO AUTOMOTIVE NASCONO ANCHE DA CAMBIAMENTI SOCIALI CHE NON ANDREBBERO IGNORATI

Nel 1956 il fondatore e primo direttore di *Quattroruote* Gianni Mazzocchi scriveva così nel suo editoriale d'esordio: "L'automobile non deve più considerarsi un mezzo agonistico o un oggetto di esibizione: sta per tramontare l'epoca in cui gli uomini si dividevano tra quelli che hanno e quelli che non hanno l'automobile". Si era all'inizio della grande motorizzazione di massa, fenomeno che ha caratterizzato la storia industriale e sociale europea del XX secolo.

A quasi 70 anni di distanza, alle soglie di un nuovo e profondo cambiamento, abbiamo intervistato Gian Luca Pellegrini, dal 2014 direttore della storica pubblicazione che da molti viene considerata come la Bibbia degli automobilisti.

### **Direttore, che cosa sta succedendo nel mondo automotive?**

Nei mercati maturi, Stati Uniti ed Europa in primis, il concetto di motoriz-



Gian Luca Pellegrini

zazione di massa è stato superato. Le automobili tendono ad essere espulse dalle mura urbane, si veda il caso di Parigi o Milano, e le nuove generazioni hanno un rapporto differente con il mezzo. Un tempo l'auto era simbolo di successo sociale, di libertà, per i giovani rappresentava il primo affrancamento dalla famiglia. Oggi non in-



**"LA CRISI COMMERCIALE DELL'AUTOMOBILE NON È LEGATA ALL'ELETTRICO, CHE IN EUROPA RAPPRESENTA IL 15% DEL MERCATO E IN ITALIA APPENA IL 4%. MA È LEGATA A QUEL RESTANTE 85% DEL MERCATO"**

carna più quei valori e sta mutando in qualcosa di diverso; si sta passando dal concetto di proprietà a quello di utilizzo.

Se riteniamo valido questo postulato, allora molto probabilmente l'automobile attuale non è adatta a queste nuove modalità di uso. È una trasformazione prima di tutto sociale, e molto più complessa di quella del solo powertrain (il gruppo propulsore di un veicolo, composto da motore e sorgenti di energia, ndr).

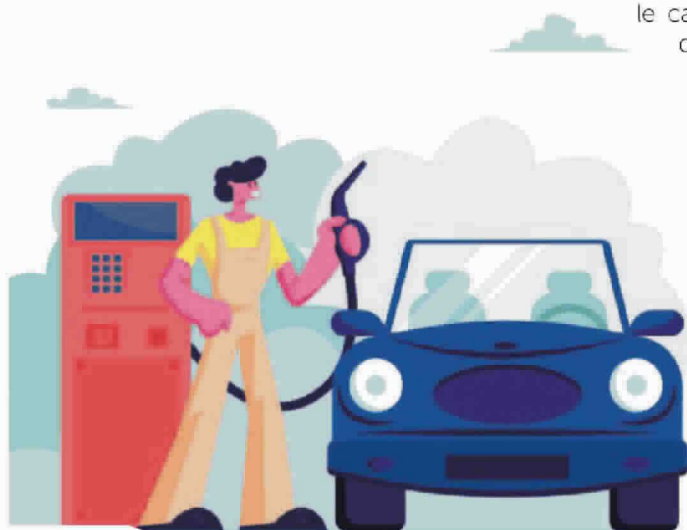
**La crisi che oggi in Europa vive il settore, dunque, non dipende esclusivamente dalla scelta di vietare, con il pacchetto Fit for 55, la vendita di auto con motore endotermico o ibrido a partire dal 2035? Ci sono altri fattori?**

La crisi commerciale dell'automobile non è legata all'elettrico, che in Europa rappresenta il 15% del mercato e in Italia appena il 4%. Ma è legata a quel restante 85% del mercato. Quando, anni fa, le case automobilistiche hanno compreso che nel futuro si sarebbe andati verso un modello basato sull'uso dell'oggetto e non sulla proprietà, hanno rinunciato a fare volumi, riducendo enormemente la loro produzione. Complice la pandemia e la carenza di componenti, i costruttori hanno scelto di produrre solo le macchine che si vendevano. Legittimamente hanno aumentato i prezzi, ma questo si è tradotto in una crescita stratosferica del prezzo finale. Le faccio un esempio: nel 2019 l'auto media italiana costava 15mila euro, oggi siamo arrivati a 30mila, il doppio. Gli italiani sono diventati più ricchi? Non credo. Semplicemente è accaduto che 300mila persone che prima erano

sul mercato e acquistavano macchine economiche, a un certo punto non le hanno più trovate perché le case automobilistiche hanno smesso di produrle. In Italia il segmento A (citycar e minicar, ndr) è scomparso e la macchina è diventata un bene molto più costoso rispetto al passato.

**Che cosa, invece, ha tenuto lontano i consumatori dalla scelta dell'elettrico?**

Guardi, noi viviamo vite complesse. Perché Amazon ha così tanto successo? Perché se non abbiamo tempo di andare a fare la



FEBBRAIO 2025

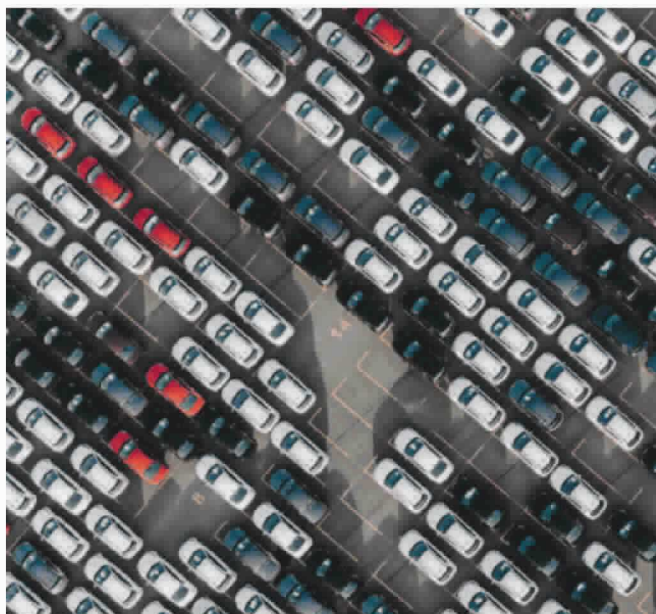
> L'I <  
PRIMO PIANO  
AUTOMOTIVE

spesa o di comprare ai figli le penne per la scuola ce le facciamo portare a casa. In Italia, badi bene, siamo disposti a spendere anche 20 centesimi in più al litro pur di avere il benzinaio che ci fa rifornimento.

Ecco, l'automobile elettrica aggiunge complessità a vite complesse. Noi possiamo anche discettare sul risparmio e sugli altri aspetti positivi dell'elettrico, che per carità ci sono. Ma la verità è che le persone raccontano un'altra storia. Un esempio? Banalmente, quando piove, devono tirare fuori il cavo dal bagagliaio e attaccarlo alla colonnina che non ha la pensilina, quindi si bagnano, si sporcano.

In sostanza, quello che io rimprovero alle case automobilistiche è che non hanno minimamente compreso il cambiamento di abitudine che era sotteso al cambio di powertrain. Perché in questa equazione il protagonista mancante è stato il consumatore. Nessuno gli ha chiesto se fosse d'accordo con questa rivoluzione. Inizialmente, per spingere il mercato delle auto elettriche, i governi hanno messo gli incentivi, che però non sono sostenibili sul lungo periodo. Quando in Europa si sono accorti che costavano troppo e hanno iniziato a toglierli, il mercato si è bloccato; si veda il caso della Germania.

L'Unilever prima di piazzare un prodotto sullo scaffale del supermercato



studia per anni il comportamento del consumatore; nel caso delle automobili si è adottata una tecnologia unica per una varietà infinita di utilizzi. Peraltro, non stiamo offrendo un prodotto nuovo...

#### In che senso?

Pensiamo all'Italia. Ha poco meno di 60 milioni di abitanti e 40 milioni di macchine, una cifra assolutamente pletrica rispetto alle esigenze di mobilità. Vuol dire che bisogna convincere le persone a cambiare la macchina, non a prenderne una nuova. Il che è una cosa ben diversa.

**Al netto dei dati del 2024 che registrano un calo del 10,13% (Fonte Aniasa), negli ultimi anni è cresciuta la formula del noleggio, sia a lungo che breve termine. Come si collega questo fenomeno al resto?**

Prima il noleggio era una soluzione tipicamente aziendale, oggi non più. Tantissime persone si rivolgono a noi di *Quattroruote* chiedendo consiglio su che tipo di macchina devono com-



**"OGGI LA GRANDE PAURA DEI COSTRUTTORI EUROPEI NON È SOLTANTO QUELLA DI NON RIUSCIRE PIÙ A VENDERE MACCHINE IN CINA, MA ANCHE QUELLA DI ESSERE 'INVASI' DALLE AUTO CINESI QUI IN EUROPA"**


prare perché non ne hanno idea. A prescindere dalle scelte dei policy maker e dei costruttori, infatti, dentro il mercato c'è anche la variabile dell'amministratore locale e le persone che acquistano una vettura non sanno per quanto tempo potranno continuare a utilizzarla nella città dove abitano. Per questo motivo, quindi, si rivolgono al noleggio. In pratica stiamo introducendo nel mondo auto la stessa modalità di uso dei cellulari: in tanti lo comprano, ma molti lo prendono con l'abbonamento.

**Tornando agli aspetti squisitamente industriali, se da una parte i costruttori europei soffrono, dall'altra però la Cina si è affermata come un protagonista globale del settore in un paio di decenni. A che cosa è dovuto?**

Nel comparto elettrico la Cina controlla completamente la catena del valore perché gestisce l'estrazione delle materie prime che sono necessarie per la produzione delle batterie; fa lei, quindi, il prezzo del chilowatt.

Va detto che su questo ha iniziato a investire parecchi anni fa, mentre l'Europa è stata miope a non fare altrettanto e ad abbracciare una tecnologia governata da altri. Nel momento in cui ha detto basta al motore endotermico, di cui è stata la culla per un secolo, l'Europa non ha creato le condizioni affinché rimanesse immutata la competitività della propria industria. E oggi si trova legata, mani e piedi, a una nuova dipendenza. Certo, va detto anche che l'Europa non avrebbe potuto fare lo stesso perché non poteva dare aiuti di Stato, ma il discorso va al di là della questione dell'elettrico. Oggi la grande paura dei costruttori europei non è soltanto quella di non riuscire più a vendere macchine in Cina – cosa che sta già accadendo perché il consumatore cinese ora acquista anche prodotti domestici – ma anche quella di essere "invasi" dalle auto cinesi qui in Europa, auto pure non elettriche che le persone compreranno perché ad un prezzo molto più basso.

**Che cosa si può fare?**

L'Europa deve mantenere la propria competitività globale. L'industria europea deve mettersi assieme per affrontare in modo unito le sfide che ci vedono opposti all'espansionismo cinese e al protezionismo americano. Bisogna mettere in comune gli investimenti, le capacità tecniche, e probabilmente andremo incontro a un ulteriore processo di unione di grandi gruppi industriali. D'altra parte, se ognuno andrà per conto proprio vedo difficile mantenere una leadership. 

SILVIA TARTAMELLA