

degli Stati Uniti, oppure stava dando prova della sua tipica miopia. In ogni caso, il 9 febbraio ha dovuto rovesciare la sua posizione, perdendo la faccia dopo appena due settimane dal suo insediamento e stabilendo un precedente negativo per le sue future negoziazioni con i cinesi, strategicamente accorti.

Il presidente americano ha fatto marcia indietro anche sulla sua promessa, ripetuta più volte, di accusare la Cina di manipolazione del tasso di cambio non appena messo piede alla Casa Bianca. Era una minaccia scriteriata fin dal principio, anche e soprattutto perché, se le autorità cinesi nel 2015-2016 avessero smesso di intervenire sui mercati dei cambi, il risultato sarebbe stato un renminbi più debole, non il contrario.

Ormai, il presidente cinese Xi Jinping, al pari della maggior parte dei leader mondiali, ha imparato a prendere *cum grano salis* gli ammonimenti di Trump. Le dichiarazioni del presidente Usa che lasciavano intendere una mancanza di lealtà verso gli alleati dell'America (ha impiegato mesi per affermare il suo sostegno all'articolo 5 del Trattato nordatlantico, la clausola di difesa collettiva che rappresenta il fondamento della Nato) hanno reso perfino i partner più stretti dell'America reticenti a stringere accordi con la sua amministrazione.

La Casa Bianca continua a portare avanti misure di politica commerciale aggressive nei confronti della Cina, che solo in pochi casi hanno qualche fondamento (mentre gli sforzi per far rispettare i diritti di proprietà intellettuale hanno una base reale, il tentativo di bloccare le importazioni di acciaio usando l'esenzione per motivi di sicurezza nazionale è farsesco). Ma queste iniziative porteranno benefici scarsi o addirittura nulli per la bilancia commerciale, la crescita del reddito reale e l'occupazione degli Stati Uniti. E di certo non convinceranno la Cina a impegnarsi per contenere la minaccia nucleare nordcoreana.

Jeffrey Frankel insegna formazione del capitale e crescita all'Università di Harvard
(Traduzione di Fabio Galimberti)

© PROJECT SYNDICATE 2017

Il futuro dell'automotive / 2

Ma la «rivoluzione» è stata troppo lenta

di Giuseppe Giulio Calabrese

I due recenti articoli apparsi sul Sole 24 Ore a firma di Paolo Bricco sulla rinascita e le prospettive future di Detroit ci consentono di verificare i cambiamenti avvenuti negli ultimi anni in questo settore dopo la lunga crisi.

Tutti ci aspettavamo grandi trasformazioni come la rapida diffusione dei veicoli elettrici in Cina e altrove nel mondo grazie anche alla proposta di nuove politiche "verdi"; la diffusione dei nuovi paradigmi di mobilità nei Paesi a lunga tradizione automobilistica (Stati Uniti, Ue-15 e Giappone) e nei Paesi emergenti; la de-globalizzazione delle catene del valore a favore di prodotti più dedicati ai mercati emergenti; e di conseguenza l'ingresso di nuovi attori dai settori dell'ICT e dei servizi in grado di sostituire o almeno contrastare il ruolo egemone dei carmaker tradizionali.

Poco di tutto ciò è accaduto, e quello che sembra di assistere è invece il perdurare dello status quo.

I mercati hanno recuperato seguendo le medesime modalità precedenti. Anche case automobilistiche che erano sull'orlo del fallimento

(PSA), o hanno presentato istanza di fallimento (GM e Chrysler), sono "back in the race", come recita il programma di recupero lanciato da Peugeot-Citroën. Le auto elettriche, full o ibride, nonostante i molteplici e i significativi aiuti governativi per promuoverne la loro diffusione (Electric plan in Francia o il programma cinese da 15 miliardi di euro), sono ancora prodotti di nicchia. La Cina è diventata

IL PARADIGMA

Annunciato più volte in passato, il cambio di paradigma finora non c'è stato. E per i prossimi 15 anni faremo ancora i conti con la mobilità tradizionale

il principale mercato per le motorizzazioni a combustione interna. Le tante attese imprese dell'ICT o hanno stabilito alleanze con i carmaker tradizionali (Google con Ford e FCA, Tesla con NVIDIA, Intel con BMW e FCA) o sono sovraquotate sui mercati azionari malgrado stiano accumulando consistenti perdite superiori alle previsioni di vendita (Tesla, Uber,

Lyft, ecc.). Come hanno sottolineato alcuni studiosi nel recente convegno GERPISA a Parigi: nessuno ha finora interrotto la tradizionale attività dei carmaker o sembra essere in grado di farlo in un futuro vicino o lontano.

Stessa valutazione può essere effettuata osservando i nuovi servizi di mobilità come il carsharing: non hanno modificato le attività tradizionali (il loro impatto sulle vendite è inesistente e l'utilizzo medio è simile alle auto di proprietà) e anche con consistenti aiuti pubblici (ad esempio Autolib in Francia) sono tutt'altro che redditizi. Infine, i carmaker tradizionali hanno aumentato significativamente il corso degli ultimi dieci anni i livelli di produzione e di vendita di automobili in tutto il mondo tramite integrazioni regionali, sviluppo della supply value chain e investimenti diretti esteri.

È chiaro che le ipotesi di un rapido cambio di paradigma nel settore automotive si sono dimostrate errate. Ma dove sta l'errore: nella natura fondamentale della trasformazione in corso o è solo una questione di tempo? In altre parole, dobbiamo aspettarci che lo status quo perduri o la situazione sta realmente cambiando?

Se uno guarda ai quasi 100 milioni di

auto convenzionali prodotte dai soliti carmaker e acquistate privatamente, massima produzione di tutti i tempi nel 2016, è difficile vedere qualsiasi traccia di cambiamento epocale in corso o imminente. E sappiamo che le automobili sono fatte per durare, e ciò significa che quello che viene venduto oggi condiziona i sistemi di mobilità in ciascun paese per almeno i prossimi quindici anni. Ma se si osservano le recenti previsioni formulate da diverse agenzie governative e soprattutto se si esaminano i programmi di sviluppo delle imprese della silicon valley, soprattutto in collaborazione con i carmakers, si potrebbe supporre che siamo sull'orlo di una serie di profonde trasformazioni che, secondo i guru, premierà il veicolo elettrico (ma non si sa se a batteria o fuel cell), sempre più connesso/autonomo, condiviso o meno; e prodotto da fabbriche altamente automatizzate e flessibile come ci prospetta l'adozione della fabbrica 4.0.

L'obiezione principale è che questo scenario è già stato prospettato e chi scrive ha avuto modo di analizzarlo più volte all'inizio delle ultime tre decadi. Ma nelle precedenti situazioni la prospettiva di cambiamento riguardava solo il tipo di motorizzazio-

ne e non il sistema di guida che interessa maggiormente ai colossi dell'ICT. E quest'ultima circostanza fa supporre che nel prossimo futuro vedremo circolare molte più auto connesse/autonome, anche se con motorizzazione tradizionale, piuttosto che veicoli elettrici.

La questione non è se le cose cambieranno grazie all'introduzione di nuove tecnologie digitali e all'inasprimento delle normative ambientali, ma come, a quale ritmo e con quali conseguenze. In altre parole, siamo di fronte a una rivoluzione con trasformazioni dirompenti o ad una evoluzione del paradigma esistente con modifiche continue?

La seconda opzione sembra al momento prevalere per il semplice fatto che i tempi di diffusione e adozione sono purtroppo lunghi e il vincolo delle infrastrutture è consistente sia per l'auto elettrica, oltre ai tempi di ricarica, sia per quella connessa/autonoma. Inoltre i carmaker tradizionali continueranno ad avere un ruolo fondamentale. Ma le condizioni macroeconomiche possono evolvere e come la caduta del prezzo del petrolio nel 2014 ha di fatto bloccato lo sviluppo dell'auto elettrica in quegli anni, così una sua rapida crescita potrebbe cambiare drasticamente lo scenario di sviluppo.

Giuseppe Giulio Calabrese
è dirigente di ricerca CNR-Ircres

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PROPRIETARIO ED EDITORE: Il Sole 24 ORE S.p.A.

SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE:
via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano - Tel. 0230221 - Fax 0243510862

AMMINISTRAZIONE: via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano

REDAZIONE DI ROMA: piazza dell'Indipendenza 23b/c - 00185 - Tel. 0630221
Fax 0630226390 - e-mail: letterale@ilsole24ore.com

PUBBLICITÀ: Il Sole 24 ORE S.p.A. - SYSTEM

DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE: via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano
Tel. 0230221 - Fax 023022214 - e-mail: segreteria@ilsole24ore.com

© Copyright Il Sole 24 ORE S.p.A.

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici o meccanici quali la fotocopione e la registrazione.

Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati di uso redazionale è il direttore responsabile a cui, presso il Servizio Cortesia, presso Progetto Lavoro, via Lario, 16 - 20139 Milano, telefono (02) 06) 3022.2888, fax (02) 06) 3022.2519, ci si può rivolgere per i diritti previsti dal D.Lgs. 196/03. Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

MODALITÀ DI ABBONAMENTO AL QUOTIDIANO: prezzo di copertina in Italia €1,50 dal martedì al venerdì, €2 per le edizioni di sabato e domenica e lunedì. Abbonamento Italia 359 numeri del quotidiano in versione cartacea e digitale: €400,00 comprensivo di contributo spese di consegna (postale o in edicola). L'abbonamento Italia non comprende il magazine "L'Intelligence in Lifestyle" e "How to spend it". Per l'abbonamento estero Europa, rivolgersi al Servizio Abbonamenti (tel. 02.30.300.600 oppure servizio.abbonamenti@ilsole24ore.com). Per il resto del Mondo è disponibile solo l'abbonamento al quotidiano in versione digitale. Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la richiesta via EMAIL all'indirizzo servizio.abbonamenti@ilsole24ore.com oppure via FAX al N. 023022.2885, oppure per POSTA al Il Sole 24 ORE S.p.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 10592 - 20111 Milano, indicando: NOME / COGNOME / AZIENDA / VIA / NUMERO CIVICO /

C.A.P. / LOCALITÀ / TELEFONO e FAX/EMAIL. Altre offerte di abbonamento sono disponibili su Internet all'indirizzo www.ilsole24ore.com/offerte. Non inviare denaro. I nuovi abbonati riceveranno un apposito bollettino postale già intestato per esigere il pagamento. La sottoscrizione dell'abbonamento dà diritto a ricevere offerte di prodotti e servizi del Gruppo Il Sole 24 ORE S.p.A. Potrà rinunciare a tale diritto rivolgendosi al Database Marketing de Il Sole 24 ORE. Informativa ex D.Lgs. n. 196/03 - Il Sole 24 ORE S.p.A. Titolare del trattamento tratta i dati personali liberamente conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. n. 196/03 per l'elenco di tutti i Responsabili del trattamento rivolgersi al Database Marketing, via Carlo Pisacane 1 - 20016 Pero (MI). I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati alle società del Gruppo per le medesime finalità della raccolta e a società esterne per

la spedizione del quotidiano e per l'invio di materiale promozionale.

SERVIZIO ABBONAMENTI: Tel. 0230.300.600 (con operatore da lunedì a venerdì 8.30-18.00) - Fax 023022.2885 - Email: servizio.abbonamenti@ilsole24ore.com

SERVIZIO ARRETRATI PER I NON ABBONATI: (non disponibili le edizioni cartacee più vecchie di 24 mesi dalla data odierna); inoltrare richiesta via email all'indirizzo servizio.cortesia@ilsole24ore.com oppure contattate telefonicamente il numero 02 30 300.600 allegando la fotocopia della ricevuta di versamento sul c.c.p. 519272 intestato a Il Sole 24 ORE S.p.A. oppure via fax al numero 02 opp. 06 3022.2519. Il costo di una copia arretrata è pari al doppio del prezzo di copertina del giorno richiesto. Non verranno rimborsate le istanze relative ad edizioni più vecchie di 24 mesi dalla data odierna.

STAMPATORI: Il Sole 24 ORE S.p.A., via Busto Arsizio 36, 20151 Milano e via Tiburtina Valeria, Km 68,700, Carsoli 07061(AQ) - Etis 2000 S.p.A., 8ª strada, 29 zona industriale, 95100 (CT) - Stampa quotidiana S.r.l., via Galileo Galilei 280/A, località Fossatone, 40059 Medicina (BO) - Stampa quotidiana Srl - Zona industriale Predda Niccda, strada 47 n. 4 - 07100 Sassari (SS) - B.E.A. Printing, Rue de Bosquet 16, Zona Ind. 1400 Nivelles (Belgio).

DISTRIBUZIONE ITALIA: m-ds Distribuzione Media S.p.A., via Cazzaniga 1 - 20132 Milano, Tel. 0225821

Certificato Adn n. 7879 del 19-01-2015
Registrazione Tribunale di Milano n. 322 del 28-11-1965
La tiratura del Sole 24 Ore di oggi 30 Agosto 2017 è stata di 118.867 copie

