

## **FINANZA&MERCATI**

**“L’AUTO ITALIANA? E’ INNOVAZIONE”**

25 Giugno 2008

*Torino, 25 giugno 2008*

# L'auto italiana? È innovazione

Ne è convinto Eugenio Razelli, presidente **del'Anfia**, che sottolinea l'impegno della nostra industria nel salvaguardare quel gap tecnologico che ci distingue da India e Cina

**MANUELA LIVANI**

«Non guardo ai mercati emergenti con preoccupazione, ma come grande opportunità per l'industria automobilistica italiana. Un cambiamento epocale stravolgerà gli scenari produttivi, ma il cuore delle nostre imprese resterà in Italia.

India e Cina possono contare su volumi enormi, noi su know how, qualità e un significativo gap tecnologico da salvaguardare con l'innovazione, settore in cui l'impegno delle aziende italiane sono convinto sia notevole, diversamente la nostra industria automobilistica non vanterebbe un così alto grado di innovazione tecnologica e competitività.

Prendiamo la Magneti Marelli. Dopo l'implementazione di numerose tecnologie, oggi si lavora sul KERS (Kinetic Energy Recovery System), dispositivo ibrido che recupera l'energia termica altrimenti dissipata in fase di decelerazione e frenata dell'auto, trasformandola in energia meccanica immagazzinabile in speciali batterie: migliorano le prestazioni del motore, diminuiscono i consumi. La FIA lo ammetterà in F1 già nel 2009, un giorno magari andrà sulle vetture di serie».

E di innovazione se ne intende, Eugenio Razelli, classe 1950, laurea in Ingegneria Elettrotecnica e grandi competenze nello sviluppo di business a contenuto tecnologico, frutto di prestigiose esperienze internazionali. Un 2005 generoso gli ha riservato due importanti nomine: ceo di Magneti Marelli e presidente di **ANFIA**, Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica, nata a Torino nel 1912 per aggregare le esigenze dell'industria automobilistica ai suoi esordi e creare un organismo di rappresentanza istituzionale nel dialogo con la Pubblica Amministrazione.

**Quanto si riconosce oggi **ANFIA** in quegli obiettivi?**

Vi aderisce pienamente, anche grazie all'attenta ed efficace

strategia di riposizionamento degli ultimi anni, che ha ampliato l'offerta di servizi a sempre maggior valore aggiunto, più concreti e in linea con le aspettative degli Associati, e ha conferito maggior autorevolezza ad **ANFIA** sul piano delle relazioni istituzionali.

**Quali nuove iniziative nell'ambito dell'internazionalizzazione, per i nove Gruppi merceologici: Autobus, Autoveicoli, Autovetture Sportive e Speciali, Carrozzeri Autovetture, Carrozzeri Veicoli Industriali, Componenti, Pneumatici, Camper, Rimorchi?**

Una serie di Workshop Paese mirati alle opportunità di investimento e penetrazione commerciale in regioni ad alta rilevanza strategica, come l'India, meta di una importante missione (un seminario e incontri B2B) con AICA e ICE il prossimo novembre, e la Repubblica Ceca. Lo scorso 28 maggio, un'assemblea del

Gruppo Componenti (fatturato in crescita dal 2003, +8% nel 2007, pari a 46,2 miliardi di Euro) in forma di vero e proprio convegno incentrato sulle politiche di acquisto delle case auto nazionali ed estere, con autorevoli rappresentanti del calibro di Gianni Coda, senior vice president Fiat Group Purchasing e Bernard Brasey, director industrial strategy and supplier risk management di PSA. Proseguiremo in questa direzione.

**E cosa fate nel campo della formazione?**

Un ciclo di seminari in area tecnico-normativa e giuridico-economica. Gran numero di adesioni, 150 a quello sull'applicazione del Regolamento Europeo REACH in materia di sostanze chimiche: abbiamo organizzato più sessioni, in diverse città.

**ANFIA si è rinnovata anche nell'immagine?**

Abbiamo investito nella comunicazione per creare nuovi strumenti, fra cui un portale web ([www.anfia.it](http://www.anfia.it)), che veicolassero la rinnovata identità di **ANFIA**, intensificato l'attività di media

relations e organizzato l'assemblea generale 2007 a Roma per ottenere maggior visibilità.

**I risultati sono eccellenti...**

Meglio dire che incominciamo a intravedere risultati. Fra il 2007 e i primi mesi del 2008, abbiamo registrato un incremento delle 250 aziende associate (un totale di 120.000 addetti e oltre 50 miliardi di Euro

di fatturato nel 2006) che, considerando i flussi in ingresso e in uscita, si aggira intorno al 10 per cento. E ottenuto un deciso riconoscimento dell'importanza a livello mondiale della filiera autoveicolistica italiana, oltre che dell'impegno e dell'attenzione che il nostro Paese dedica da tempo ai temi più rilevanti del settore, mobilità, ambiente, sicurezza: l'assegnazione, a partire dal 2007 e per un biennio, della presidenza sia dell'OICA, l'Organizzazione internazionale dei costruttori di autoveicoli, sia, al suo interno,

del Comitato sulle Politiche Industriali ed Economiche; a cui si è aggiunta la presidenza del Liaison Committee ACEA, l'organizzazione europea dei costruttori.

**Si è rafforzato, dunque, il ruolo di ANFIA come portavoce della filiera automotive italiana nelle sedi istituzionali?**

Certamente, ed anche l'impegno: sul fronte europeo, con azioni mirate a sostegno delle istanze del comparto italiano. Tra i temi più attuali, la controversa regolamentazione delle emissioni di CO2 e il recente accordo franco-tedesco che, contraddicendo il principio di matrice europea «Chi inquina paga», penalizzerebbe le vetture compatte e più efficienti sul piano dei consumi, a favore delle auto di grossa cilindrata. Sul fronte nazionale, attendiamo un confronto con il governo in tema di rinnovo del parco circolante per spingere l'estensione dell'attuale formula degli eco-incentivi statali alle vetture Euro 2 del 1997 e 1998.

**Eco-incentivi per contenere**

**L'attuale grave crisi del mercato dell'auto?**

La crisi finanziaria legata ai mutui subprime, gli elevati tassi di interesse e il costante aumento del prezzo del petrolio frenano i consumi, determinano l'attuale congiuntura economica e quindi il calo del mercato dell'auto nell'inte-

ra Europa (-7,8% a maggio), che in Italia è, per altro, fisiologico. Difficile ripetere le performances del 2007, certo favorite dagli eco-incentivi statali: +7,2% di immatricolazioni (oltre 2.490.000 unità), 2° posto in Europa per le marche nazionali (volumi a +9,2% sul 2006) e la produzione -

oltre il +25% nel biennio 2006/2007 - +6% nell'ultimo anno quella complessiva, compresi veicoli industriali (+17,2% l'export nei primi 4 mesi del 2008), commerciali e autobus.

Le opportunità di miglioramento ci sono e **ANIA** dispone dei mezzi per favorirne la concretizzazione, con l'intervento del governo.

“ Abbiamo ottenuto un riconoscimento dell'importanza a livello mondiale della filiera autoveicolistica italiana, oltre che dell'impegno e dell'attenzione che dedichiamo ai temi più rilevanti del settore ”



Eugenio Razelli

