

La crisi dell'auto Dal fallimento tedesco la possibilità di rinnovare

Francesco Grillo

Fu Adolf Hitler in persona che ordinò nel 1937 all'ingegnere Ferdinand Porsche di progettare un'automobile in grado di ripetere ciò che era riuscito a Henry Ford negli Stati

Uniti qualche decennio prima: motorizzare il popolo tedesco e, quindi, portarlo nella modernità. La Guerra arrivò troppo presto persino per le previsioni del Führer e, tuttavia, quella fabbrica nata a Wolfsburg per produrre l'"automobile del popolo" è diventata nei decenni successivi talmente grande che la sola necessità - improvvisa - di dover contemplare la possibilità di una sua bancarotta, sta mettendo in ginocchio - dal punto di vista politico, ancor prima che economico - la Germania.

Paradossalmente, ciò può trasformare un problema che preoccupa il vertice della Banca d'Italia per le sue conseguenze sulla sostenibilità di una ripresa economica ancora non con-

solidata, in un'opportunità per l'Italia di costruire nuovi, più avanzati rapporti di forza. Per riuscirci è però indispensabile - proprio a partire dall'automobile - essere capaci di elaborare una strategia che non sia un gioco a somma zero tra interessi nazionali di breve periodo, ma un progetto su come si riporta l'Europa ad avere il primato dell'innovazione proprio nei settori nei quali ha da tempo la leadership mondiale. La posta in gioco è uscire - ricominciando a ragionare di ingegneri e di città, di persone concrete e di talenti - dalla logica dell'astratta guerra di posizione tra economisti che fanno da custodi dell'austerità ed altri votati ad essere paladini della crescita tout court.

Continua a pag. 14

Dal fallimento tedesco la possibilità di rinnovare

Francesco Grillo

segue dalla prima pagina

In effetti, la batosta che ha fatto sparire in meno di dieci giorni un terzo del valore della più grande industria automobilistica del mondo, ha il potenziale di dover obbligare a un ripensamento della propria politica industriale e del proprio ruolo nel mondo, il Paese che - per dieci anni - ha conteso alla Cina il primato del più elevato surplus commerciale, mentre il resto d'Europa languiva. Non solo perché - come ricorda questa settimana l'*Economist* - in Germania un posto di lavoro su sette è legato alla produzione di automobili; o perché sulle spalle larghe delle automobili tedesche poggiava buona parte di un mito di invincibilità tecnica e affidabilità che ora è infranto dalle dimensioni dello scandalo (11 milioni di pezzi truccati corrisponde al numero totale di automobili vendute dal gruppo tedesco in un anno). Ma perché ad entrare in crisi è un modello di potere (non sempre "soffice") che ha consentito ai tedeschi di dettare negli ultimi vent'anni - da quando, più o meno, è stato introdotto l'euro - agenda e regole in Europa.

Tre i problemi del metodo tedesco sui quali lo scandalo impone una riflessione. Innanzitutto

to, l'applicazione dei principi comunitari - ad esempio, quelli che limitano gli aiuti di Stato per non distorcere i meccanismi di mercato e incoraggiare, dunque, l'innovazione - è diversamente rigida a secondo dei Paesi e delle situazioni. Secondo uno studio di una delle più prestigiose think tank tedesche (lo Zew di Mannheim), la Germania ha, negli anni successivi alla crisi, erogato, da sola, quasi il 90% dei 4,5 miliardi di euro che i governi europei hanno pagato per schemi di "rottamazione" finalizzati a rinnovare il parco automobili e far sopravvivere case che si erano ritrovate in forte difficoltà; e, in particolar modo, alla Volkswagen fu destinato la metà dei finanziamenti tedeschi.

In secondo luogo, il rispetto di regole come quelle che hanno disegnato la traiettoria dei sei successivi innalzamenti (appunto dal primo Euro 1 del 1993 all'ultimo Euro 6) degli standard sulle emissioni di veicoli diesel: spesso i controlli sono stati interpretati come un elemento opzionale (ciascuna casa se li faceva praticamente a domicilio scegliendo il verificatore) rendendo le norme risibili e, di fatto, sbugiardate dalle verifiche fatte dall'Agenzia per la protezione dell'ambiente, in un Paese come gli Stati Uniti che dovrebbe avere molto meno sensibilità ecologica.

Infine, all'Europa manca ancora, anche a causa delle rigidità teutoniche, una vera riflessione sul futuro di comparti imponenti come quello dell'industria automobilistica che rischiano di scomparire come certi dinosauri che, semplicemente, non si accorsero della mutazione che stava per sconvolgere il proprio ecosistema.

La domanda cui nessuno osa rispondere è, in fin dei conti, semplicissima: fino a quando potrà il mondo - squassato da crisi ambientali e finanziarie che arrivano fino alla periferia di Shanghai - tollerare il più evidente spreco di energia costituito da una tecnologia che ci fa usare una leva (un'automobile appunto) che pesa circa una tonnellata per spostare un peso utile (in carne umana o merce) di circa, in media, un centinaio di chili? Fino a quando potremo continuare a comprare un oggetto che per il 90% della sua vita utile è parcheggiato in garage e che quando si sposta - per il 90% del tempo in circolazione - usa un quarto della sua potenza (e velocità potenziale)? Com'è possibile continuare ad alimentare questi veicoli con una forma di energia che - oltre ad avere le pesanti conseguenze geopolitiche che ci intrappolano da cinquant'anni in guerre e negoziati senza fine - ha anche l'inconveniente di costare dieci volte di

più di altre forme di alimentazione (elettrica, ad esempio) che inquinerebbero dieci volte meno? Quando comincerà la riprogettazione di città, infrastrutture, abitudini, orari di lavoro, servizi pubblici che la fine dell'automobile - così come la conosciamo - comporta (e che in realtà a Berlino e Londra è stata avviata, anche se manca una strategia che sia davvero europea)?

A queste domande, in effetti, la stessa Commissione europea ha provato a dare una risposta attraverso direttive visionarie come quella che impongono che nel 2030 nelle città il numero delle automobili a benzina e a diesel si dimezzino per azzerarsi nel 2050. Mancano, però, quei passaggi senza i quali le visioni rimangono tali. Visioni che, altrimenti, sarebbero molto con-

crete visto che il futuro è già cominciato; visto che tra i giovani americani, ormai, un terzo ha rinunciato persino a prendere la patente; visto che i mercati erano già così preparati all'inizio della fine del diesel - anche prima dello scandalo - che il valore che davano alla prima industria automobilistica del mondo era già inferiore a quello della Pepsi Cola; e visto che negli stessi giorni in cui la Volkswagen veniva colpita quasi a morte, l'Apple annunciava la volontà di varare la prima automobile intelligente nel 2019 e la Tesla di voler aprire il primo stabilimento in Europa.

Indubbiamente i riflessi politici della crisi offrono un'opportunità all'Italia, resa unica dalla circostanza che il modello entrato in crisi accomuna ai tedeschi i

francesi (nella necessità di voler difendere innanzitutto i posti di lavoro); che gli inglesi devono ancora decidere se stare in Europa e che il governo spagnolo vive un momento di oggettiva difficoltà interna. C'è bisogno, però, avendo anche meno da perdere, di ricominciare a pensare in maniera strategica: ad esempio a pensare al futuro dell'automobile come futuro delle città europee e come traiettorie per arrivare a traguardi che non aspettano. Parlando di persone concrete, di tecnologie, di qualità che ci appartengono e di come governare transizioni enormi di posti di lavoro. Un po' come l'Italia del dopoguerra fece, ripensandosi completamente, attorno alla Cinquecento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

