



L'auto elettrica non corre ma pare partita

di Antonio Sileo

Mentre l'Italia continua ad essere tra i fanalini di coda della crescita europea si intravedono segnali di ripresa, tra questi vi è senz'altro l'inversione di tendenza del mercato dell'automobile. Dopo sei anni di profonda negatività le vendite auto nuove hanno chiuso il 2014 in positivo (+ 4,2% sul 2013, 1.359.616 autovetture complessivamente immatricolate) e messo a segno una crescita a doppia cifra in tutti e tre i primi mesi del 2015, rispettivamente +11%, +13,2% e +15,2%.

Anche se, va ricordato, proprio il perdurare della crisi economica ha in gran parte determinato il sistematico rinvio della sostituzione dell'automobile: una situazione che per forza di cose non poteva durare ancora a lungo.

Si tratta in ogni caso di numeri lusinghieri, che, però, diventano piccoli nel confronto con i risultati totalizzati negli stessi mesi dalle sole auto elettriche. Queste, infatti, nei mesi di gennaio, febbraio e marzo 2015 hanno segnato incrementi notevolissimi rispetto agli stessi mesi del 2014: +297%, +82,5%, +138,7%.

È dunque arrivato il successo per le automobili elettriche anche in Italia? In verità, molto pochi sono i Paesi dove l'auto elettrica ha raggiunto tassi di penetrazione rilevanti; in Europa una significativa eccezione è rappresentata dalla Norvegia. Ed anche in Italia le quote di mercato sono (al massimo) dal prefisso telefonico: non più dello 0,2% del totale delle auto nuove vendute.

La strada per l'affermazione è dunque ancora molto lunga. Le auto con alimentazioni, alternative a diesel e benzina, il GPL e metano – veicoli in cui peraltro l'Italia ha consolidata e apprezzata storia produttiva, con casi di successo mondiale – hanno rispettivamente quote di mercato intorno al 9% e al 5%. Mentre le auto ibride, dotate di (almeno) un motore elettrico che aiuta un più classico motore a combustione interna comunque alimentato a benzina o gasolio, hanno ormai superato 1,5% delle vendite.

Né va dimenticato che altre volte, in passato, i veicoli elettrici hanno debuttato sul palcoscenico automobilistico. L'ultima negli anni '90, tanto che nel 2001 in Italia si potevano acquistare 9 modelli diversi di auto elettriche, prodotte da sette diverse case.

Oggi i modelli disponibili sono 15, per 39 diversi allestimenti; quelli alimentati a GPL e metano sono rispettivamente 60 e 26, mentre le auto ibride acquistabili in Italia, in continuo aumento, sono 37 per 123 allestimenti. Sette di queste auto, peraltro sono, elettriche plug-in ibride, vale a dire che non solo hanno un motore elettrico ma possono essere ricaricate ad presa di corrente elettrica.

E proprio la disponibilità di infrastrutture di ricarica, insieme all'autonomia ancora troppo modesta, ai troppo lunghi tempi di ricarica e al prezzo ancora troppo elevato, è considerata una delle maggiori limitazioni degli autoveicoli elettrici. Ciò è senz'altro vero, come è vero – in Italia l'abbiamo ben sperimentato per GPL e metano – che senza auto non conviene avere una rete di rifornimento, e senza rete di rifornimento è difficile che si vendano auto.

Tuttavia, è un fatto che il numero di colonnine di ricarica è in continuo anche se lento aumento, così come le inaugurazioni, al di fuori delle aree urbane, di punti di ricarica ultra-rapidi, ad avviso di scrive i più idonei per ridurre il gap con i veicoli tradizionali nei tempi di rifornimento e quindi nelle modalità di utilizzo; senza, peraltro dimenticare che, anche all'estero, la modalità di "rifornimento" più utilizzata è la presa di casa o del condominio.

Né andrebbe trascurato che la progressiva diffusione di automobili e pompe (e auto) elettriche da affiancare a quelle tradizionale avrebbe un non irrilevante effetto sulle dinamiche di consumo e di prezzo sia dei carburanti tradizionali sia dei carburanti alternativi. Del resto proprio l'aumento della penetrazione di questi ultimi ha aperto la strada all'*interfuel competition*. Vantaggi di prezzo, incentivi e assenza di limitazioni nell'uso hanno contribuito a spostare una parte della domanda di mobilità verso combustibili a minor impatto ambientale con conseguente flessione della fetta di mercato riservata ai carburanti tradizionali. La presenza di prodotti sostitutivi ha contribuito ad aumentare l'elasticità della domanda di carburanti tradizionali e reso il consumo degli stessi maggiormente sensibile a variazioni nei prezzi alla pompa. La crescita di un parco di veicoli elettrici si inserirebbe, quindi, appieno nella dinamica di ampliamento della concorrenza tra i diversi carburanti. Di cui, peraltro, le auto hanno sempre meno bisogno, dati gli obiettivi di contenimento di emissioni e consumi che le norme non solo europee (e il marketing) impongono ai produttori di autoveicoli. Questi ultimi, per la verità, continuano ad avere diverse visioni sull'auto elettrica con alcuni attori pronti a puntare con decisione su un'alternativa ritenuta molto promettente e altri invece molto meno ottimisti. Anche perché resta ancora troppo ampio il divario tra il valore percepito dal consumatore, che mette al primo posto il prezzo, e il valore percepito dalla società, che plaude al contenimento delle emissioni e delle esternalità.