

Comunicato Stampa

Barbara Tagliaferri
Ufficio Stampa Deloitte
Tel: +39 02 83326141
Email: btagliaferri@deloitte.it

Michele Di Branco
Zigzag
Tel.: +39 06 42016525
Email: micheledibranco@zig-zag.it

Deloitte: “Verde il 33 per cento delle auto nei mercati principali entro il 2020”

L’esperto automotive Marco Martina al Festival dell’energia di Lecce: “Con le vetture elettriche due euro di spesa per 100km”

Lecce, 21 maggio 2010 - “Entro il 2020 le auto elettriche e le altre motorizzazioni verdi rappresenteranno il 33% delle vendite complessive nei mercati sviluppati e il 20% delle vendite nelle aree urbane dei mercati emergenti”. E’ quanto ha dichiarato Marco Martina, automotive sector leader Deloitte Consulting SpA, intervenendo al Festival dell’Energia di Lecce, evento promosso da Aris in collaborazione con Assoelettrica e Federutility.

“L’industria automobilistica mondiale – ha detto Martina nel corso della tavola rotonda “Auto elettriche: le aziende locali e le infrastrutture per la ricarica” – sta attraversando uno dei periodi più difficili della sua storia. Entro il 2020, solo dieci case automobilistiche con sede in sei principali mercati, coneranno per il 90% delle vendite auto globali. La Cina e l’India emergeranno come forti player affiancandosi all’Europa Occidentale, al Giappone, alla Corea e agli Stati Uniti, come i sei centri della progettazione e produzione per le case automobilistiche e i loro fornitori. La corsa ai veicoli elettrici sta dunque entrando nel vivo: va ricordato che si tratta di veicoli che soddisfano appieno, con un range massimo di 200 km, le esigenze di mobilità di chi effettua spostamenti quotidiani su brevi distanze. L’87% degli europei – ha ricordato Martina – percorre infatti meno di 60km al giorno e si prevedono costi di manutenzione inferiori del 20% circa rispetto a quelli di un’auto tradizionale: si prevede infatti una spesa di 2 euro ogni 100km percorsi”.

Marco Martina ha ammonito che “i passi da fare sono ancora molti, data la presenza di diverse barriere alla diffusione, per rendere effettivamente fruibile al mass-market questa nuova tipologia di veicoli. E’ vero – ha aggiunto Martina – che l’auto elettrica sarà un’opportunità per i molteplici attori coinvolti, ma essendo un nuovo mercato sarà di fondamentale importanza, soprattutto per i first mover, lo sviluppo di adeguate analisi di fattibilità e piani strategici di sviluppo poiché non ci saranno best practice da seguire come esempio”.

L’esperto di Deloitte – citando i risultati del Primo Osservatorio Deloitte sull’auto elettrica – ha quantificato il costo dell’impatto dell’auto elettrica sulla filiera: “Per capire le dinamiche che si svilupperanno da qui al 2020 – ha detto – è utile esaminare quali possono essere gli impatti dell’e-car sui principali stakeholders e quali potrebbero essere le loro reazioni”.

Ecco una sintesi.

Fornitori (costruttori di batterie)

Saranno coloro che vedranno ampliare maggiormente le opportunità di business nei prossimi 10 anni: l'industria ha bisogno di sviluppare batterie che rispettino i canoni di economicità, affidabilità e sicurezza per rendere l'auto elettrica un'alternativa reale. Imperativo per tali soggetti è trasformarsi, da meri produttori di celle, in veri e propri fornitori di sistemi. Servirà loro una conoscenza approfondita del mercato dell'elettrico. Cruciale, pertanto, è l'instaurazione di forti relazioni, a monte, con i principali fornitori di materie prime e, a valle, con le principali case automobilistiche per assicurarsi contratti di produzione.

Costruttori Auto

Le case automobilistiche dovranno concentrarsi principalmente su tre fronti: garantire la costruzione di un solido know-how, offrire al consumatore una value proposition attraente per i clienti e gestire le complessità del R&D portfolio. Inoltre le case automobilistiche devono assicurare la presenza di materie prime, capacità produttiva e batterie tecnologicamente all'avanguardia: per tanto strategiche risulteranno essere le partnership a monte della filiera produttiva e a valle con i distributori di energia elettrica. Questo significa che la commercializzazione dei veicoli elettrici beneficerà dai modelli di business non convenzionali.

Distributori (dealers)

Il rischio, per questa tipologia di stakeholder, è di ritrovarsi con un eccesso di autovetture non più rientranti nei parametri del mercato italiano. A loro spetta il compito di individuare nuove strategie di smaltimento delle autovetture in eccesso per esempio attraverso esportazioni verso Paesi non ancora soggetti all'inserimento dell'auto elettrica. Ci sarà sicuramente spazio per nuovi entranti (ad esempio servizi di noleggio batterie, etc.).

Autorità ed Energy Utilities

Con l'obiettivo di ridurre le emissioni di CO2 e il consumo di petrolio, i Governi hanno -in un certo senso- imposto all'industria automobilista l'onere di trovare soluzioni a tale scopo, senza però precisare chi dovrà sostenerne i costi e quali azioni dovranno essere implementate. Il prossimo passo per le Autorità potrà essere quello di fornire appropriati incentivi a tutti gli attori della catena senza distorcere il mercato; non solo quindi alle case automobilistiche, ma anche incentivi ai produttori di energia per la costruzione delle infrastrutture e incentivi all'acquisto per i consumatori.

Appare quindi evidente che sarà necessario avere a disposizione un'ampia gamma di competenze integrate per poter affrontare adeguatamente questa sfida di mercato, sia a livello globale che a livello di sistema Paese.



Deloitte Consulting

Il Consulting di Deloitte, con un fatturato globale di oltre 6,5 miliardi di dollari, è la più grande realtà di consulenza manageriale privata e indipendente del mondo. In Italia Deloitte Consulting S.p.A. opera con uno staff di circa 500 professionisti attivi in cinque uffici e offre servizi che riguardano tutti gli aspetti della gestione direzionale e operativa. L'approccio proposto dal Consulting di Deloitte è quello dell'“Executable Strategy”, in grado di far conseguire ai propri clienti un valore tangibile, significativo e capace di durare nel tempo, finalizzato ad anticipare i cambiamenti e a sentirsi continuamente supportati nelle decisioni complesse.

Deloitte è una tra le più grandi realtà nei servizi alle imprese in Italia, dove è presente dal 1923. Vanta radici antiche, coniugando tradizione di qualità con metodologie e tecnologie innovative. I servizi di audit, tax, consulting e financial advisory sono offerti da diverse società specializzate in singole aree professionali e tra loro separate e indipendenti, ma tutte facenti parte del network Deloitte. Le stesse oggi contano oltre 2.800 professionisti, i quali assistono i clienti nel raggiungimento di livelli d'eccellenza grazie alla fiducia nell'alta qualità del servizio, all'offerta multidisciplinare e alla presenza capillare sul territorio nazionale. Grazie ad un network di società presenti in 140 Paesi, Deloitte porta i propri clienti al successo grazie al suo know how di alta qualità e ad una profonda conoscenza dei singoli mercati in cui è presente. Obiettivo dei 165.000 professionisti di Deloitte è quello di mirare all'eccellenza dei servizi forniti.

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu (una Verein svizzera), le member firm aderenti alla sua rete e le relative entità controllate e/o licenziatricie, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata ed indipendente. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu e delle sue member firm all'indirizzo web www.deloitte.com/it/ChiSiamo.

Member of Deloitte Touche Tohmatsu