

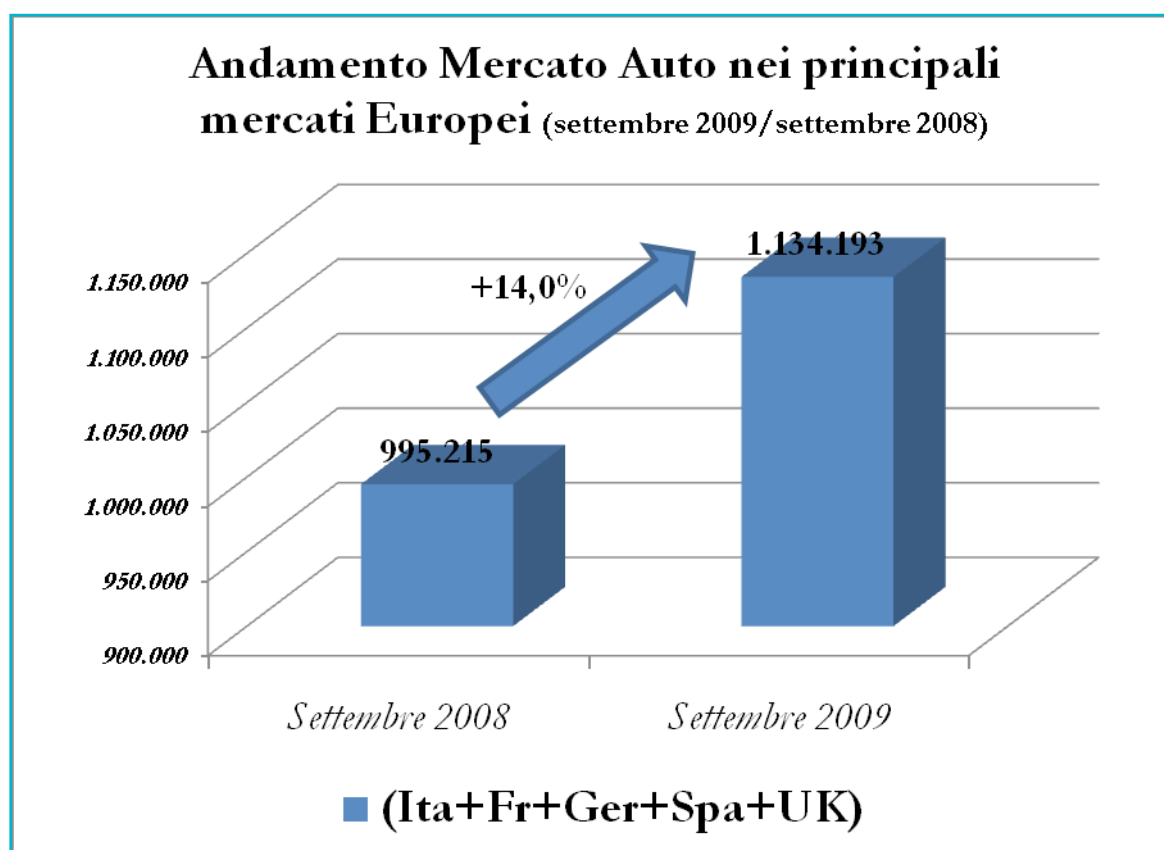
Primo Rapporto trimestrale sul mercato dell'auto

Le vendite auto tra mercato e sussidi

Il primo report trimestrale sul mercato dell'auto europea mostra i dati delle vendite di veicoli nuovi nei cinque principali Stati Europei. È stato studiato l'andamento in Italia, Francia, Germania, Spagna e Regno Unito.

Questi dati permettono di comprendere la situazione del mercato auto in Europa e al contempo permette di analizzare l'impatto delle politiche di aiuto dei diversi governi.

Nel mese di settembre 2009 il mercato europeo ha conosciuto una forte crescita con circa il 14 per cento di veicoli nuovi venduti in più rispetto allo stesso mese del 2008, come evidenzia il grafico successivo.



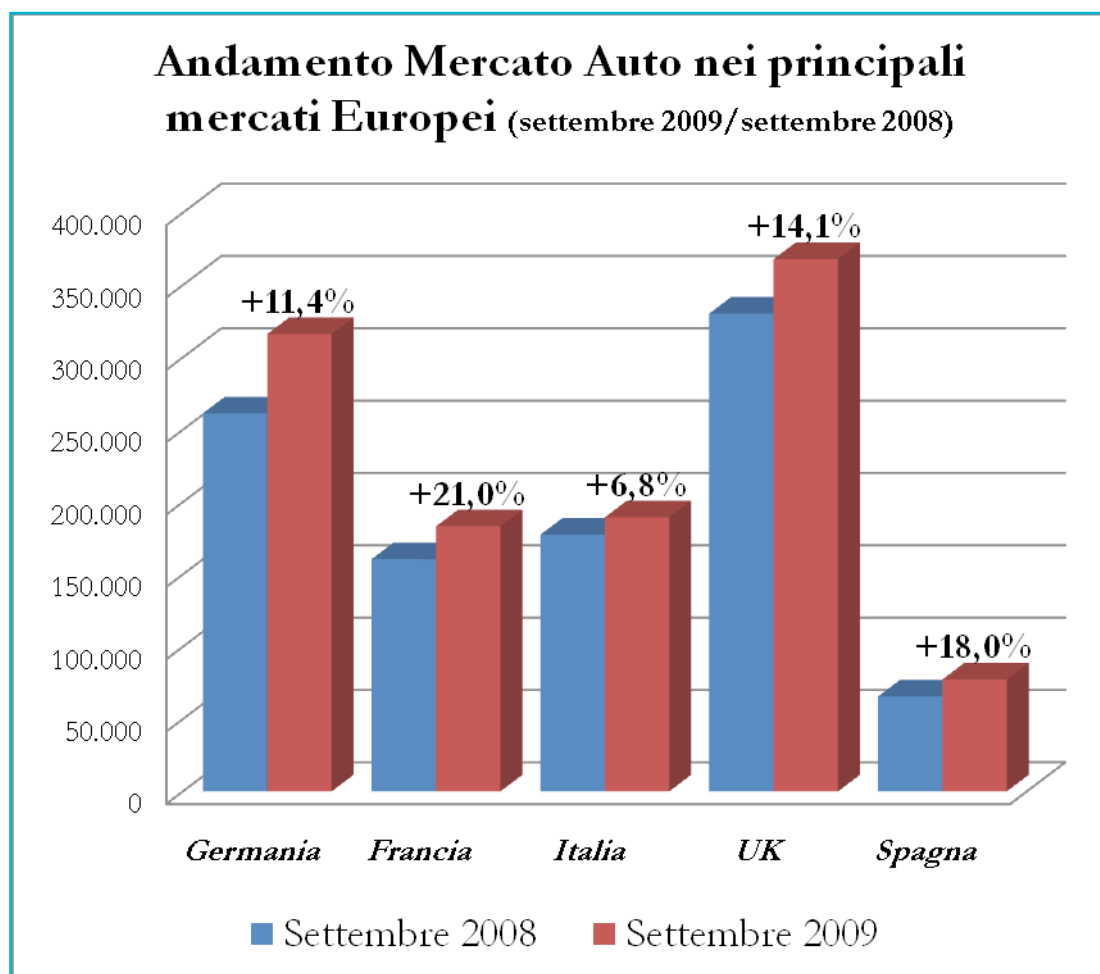
Si è superata la soglia di 1,1 milioni di auto vendute nei cinque principali paesi europei, contro un dato dello scorso anno inferiore al milione di auto.

Proprio nel settembre 2008 la crisi economica cominciava a dare i primi effetti nel settore automotive e per questo motivo i diversi governi hanno scelto di adottare delle politiche d'aiuti alle vendite.

Vanno ricordati tre fatti importanti:

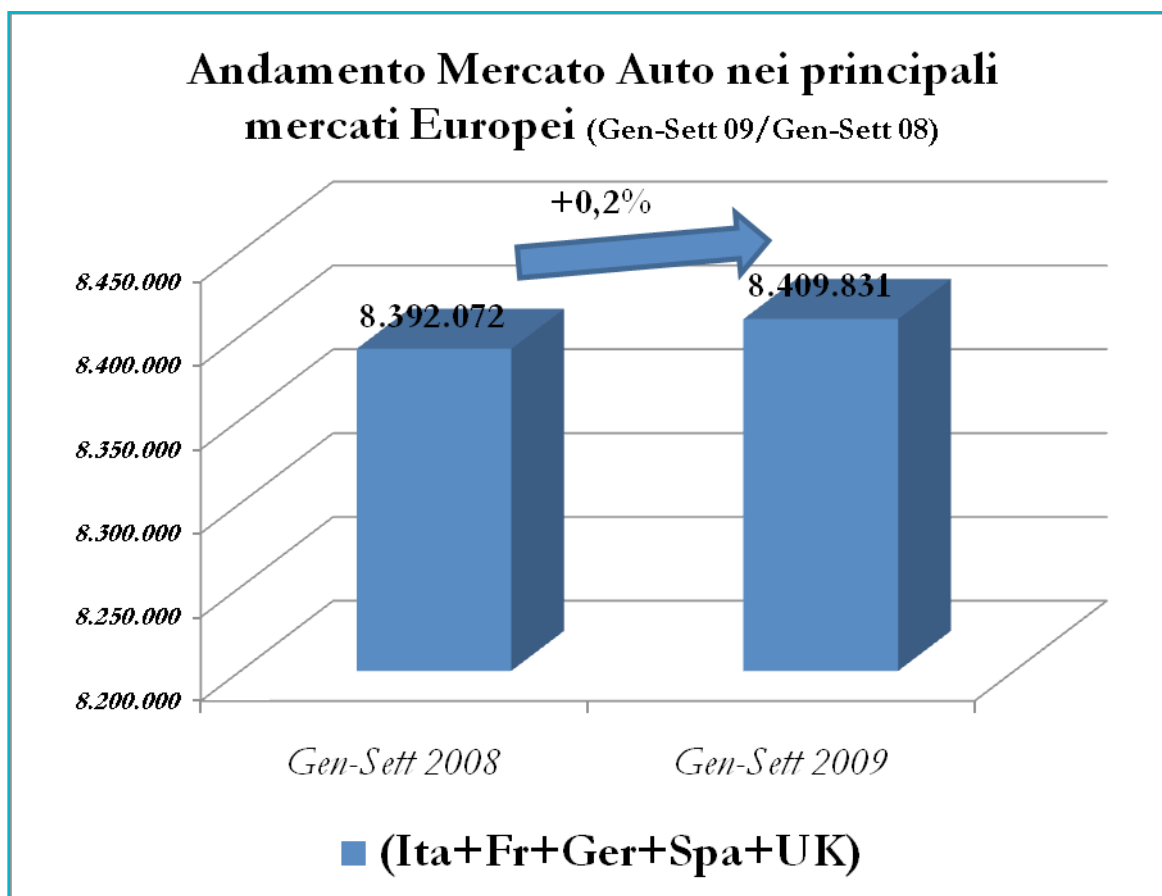
- In Germania gli aiuti sono scaduti proprio in concomitanza delle elezioni e dunque dal prossimo mese – in assenza di un rinnovo da parte del nuovo governo di Angela Merkel – le vendite potrebbero flettere.
- In Spagna e Regno Unito gli aiuti pubblici sono iniziati nella seconda metà del 2009.
- In Francia gli aiuti sono entrati in vigore prima che nel resto d'Europa, fin dal dicembre 2007 con ulteriore "rinforzo" nel febbraio del 2009.

Analizzando i singoli mercati si può evidenziare che la crescita delle vendite si è registrata in tutti i paesi.



Il maggiore incremento percentuale si è avuto in Francia, mentre il trend di aumento della Germania, +11,4 per cento, è stato più contenuto rispetto ai mesi precedenti, poiché gli aiuti pubblici sono terminati prima della fine del mese di settembre.

In Italia si è registrato un incremento meno elevato percentualmente, mentre sia Gran Bretagna che Spagna hanno visto le vendite crescere in doppia cifra, in quanto gli incentivi sono stati introdotti successivamente rispetto agli altri Paesi. Questo suggerisce che gli aiuti abbiano un effetto impulsivo molto forte, che tende a smorzarsi col tempo.



Passando infatti al confronto mese su mese, si osserva che nei primi 9 mesi dell'anno il mercato europeo è stato sostanzialmente stabile, con una leggera crescita nelle vendite di circa 17 mila veicoli.

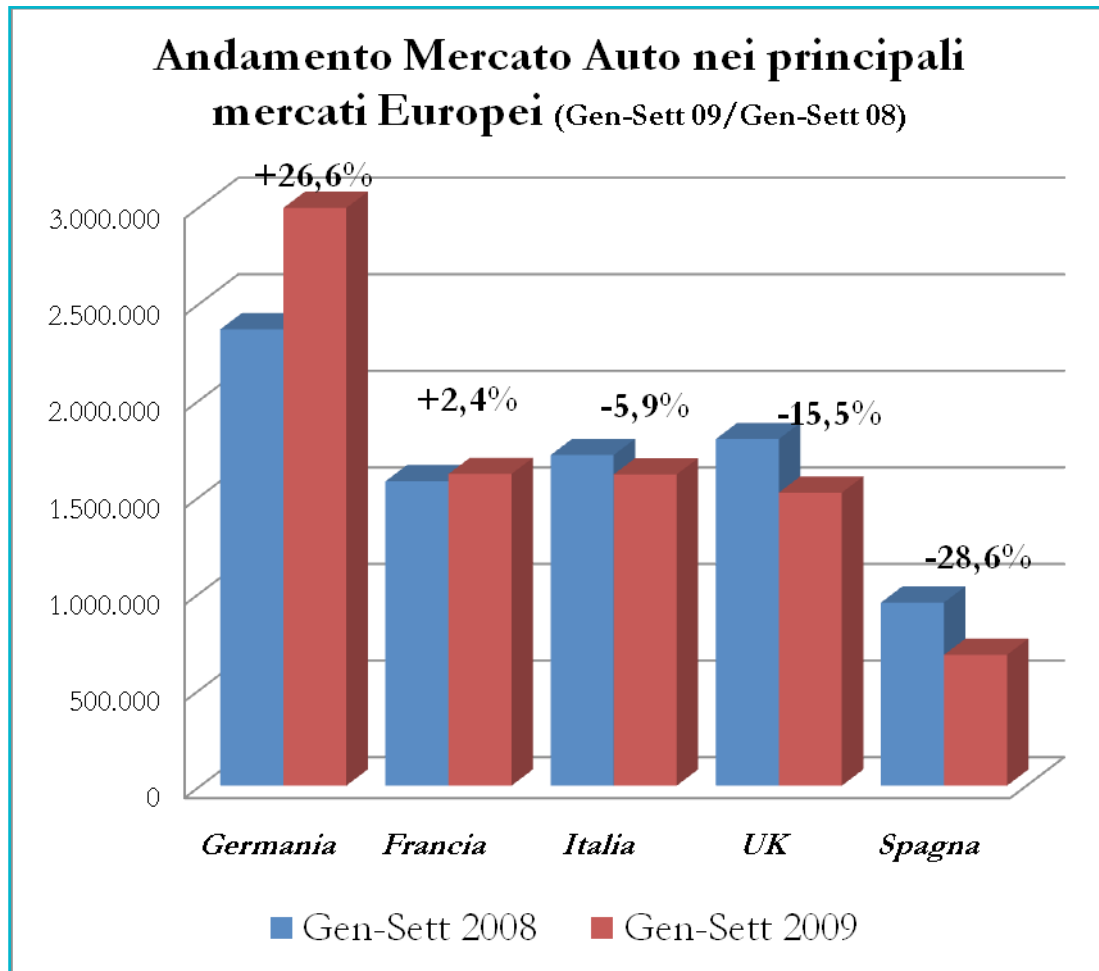
Un mercato dopato dagli aiuti pubblici

L'evoluzione tuttavia è molto differenziata tra i diversi Stati Europei nei primi nove mesi dell'anno. Il grafico alla pagina seguente permette di analizzare queste differenze.

La Germania, il principale mercato europeo, ha visto un incremento molto importante delle vendite. Il dato, +26,6 per cento, è "dopato" dagli incentivi fiscali concessi dalla Grosse Koalition guidata dalla Merkel.

La concomitanza con le votazioni nazionali ha forse spinto l'esecutivo tedesco a concentrare gli aiuti in un periodo di tempo utile a raccoglierne i frutti elettorali. L'economia tedesca è molto dipendente dal settore auto. In Germania sono infatti prodotti circa 5,5 milioni di autoveicoli ogni anno (circa 9 volte il livello italiano).

Il dato è tuttavia preoccupante perché per troppi mesi si è deciso di sovvenzionare con soldi pubblici un mercato altrimenti in difficoltà. Probabilmente nei prossimi mesi vi sarà una caduta del mercato auto tedesco che influenzerà anche il prodotto interno lordo (nel quarto trimestre 2009).



La Francia ha visto una leggera crescita poiché gli incentivi erano già stati introdotti un anno prima dal governo Fillon, d'accordo col presidente Sarkozy. Il mercato auto francese è dunque sussidiato in maniera importante da oltre un anno e mezzo.

Gli incentivi in Italia hanno avuto un minore impatto, anche perché sono stati molto inferiori di quelli concessi in Germania. Per questo motivo il mercato italiano è sceso di circa il 6 per cento nei primi 9 mesi dell'anno.

Spagna e Gran Bretagna hanno "ritardato" la politica degli incentivi, anche perché non vi erano scadenze elettorali. È la ragione per la quale i due mercati hanno particolarmente sofferto la crisi e indicano i due valori più vicini a quelli "di mercato", con decrementi superiori al 10 per cento. L'entrata in vigore degli aiuti governativi in questi due Stati ha cominciato ad influenzare le vendite solo durante il trimestre estivo.

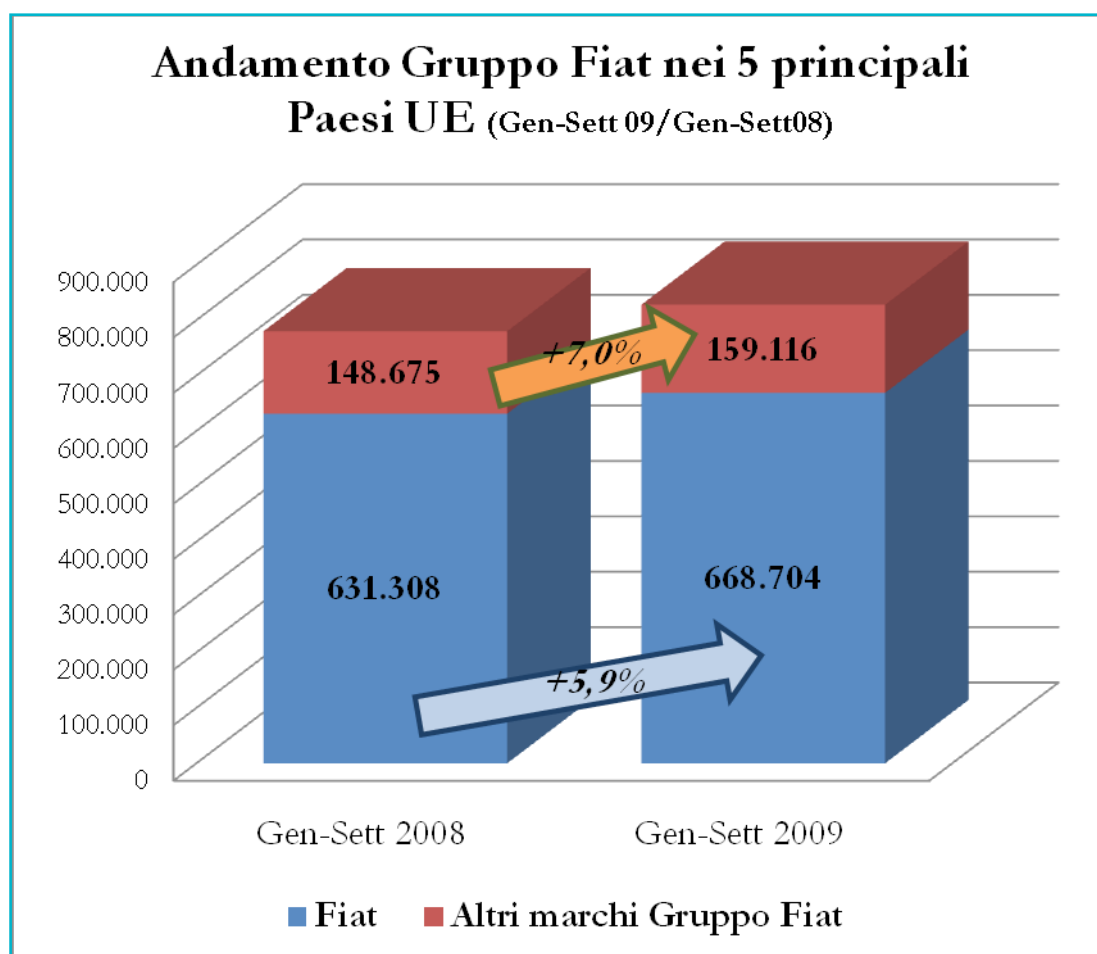
Le politiche dei diversi governi hanno "dopato" il mercato dell'automotive. È giusto tuttavia ricordare che il settore soffre di una tassazione molto elevata e di una forte pressione regolatoria e dunque sarebbe possibile per i diversi esecutivi europei ripensare la tassazione in questo settore con un alleggerimento fiscale permanente.

FIAT nel mercato europeo

È interessante analizzare, oltre ai dati concernenti il mercato europeo, anche quelli specifici del primo produttore nazionale, Fiat Group. La casa automobilistica italiana sforna quasi il 100 per cento delle auto prodotte in Italia (più di 600 mila l'anno).

La produzione della casa torinese è effettuata per circa un terzo in Italia. A dispetto di tale delocalizzazione produttiva, il gruppo Fiat è ancora molto concentrato sull'Italia per quanto riguarda le vendite di automobili.

Nei primi 9 mesi dell'anno Fiat ha visto crescere il numero di veicoli venduti di oltre il 6 per cento nei principali cinque mercati europei come mostra il successivo grafico.



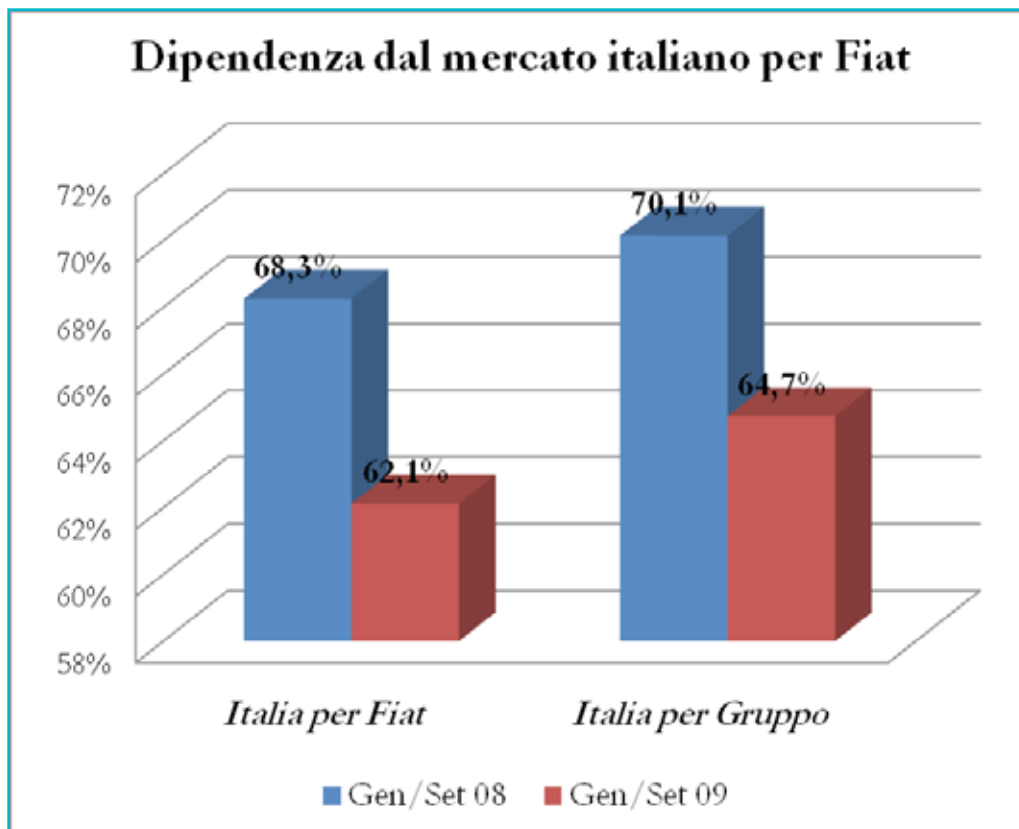
L'incremento è stato maggiore per i marchi diversi da Fiat, con una crescita del 7 per cento, mentre per il marchio Fiat l'aumento è stato pari al 5,9 per cento. In particolar modo Alfa Romeo si è ben comportata con un incremento delle vendite di oltre 10 punti percentuali. In un mercato in crescita dello 0,2 per cento il dato del gruppo italiano è dunque positivo, avendo venduto quasi 50 mila autovetture in più rispetto ai primi 9 mesi dello scorso anno.

La dipendenza del gruppo Fiat dal mercato italiano è in diminuzione. Questo dato è influenzato dalla crescita in Germania e Francia, anche grazie ai rispettivi sussidi.

Sono state prese in analisi due variabili nel successivo grafico per quanto riguarda il confronto tra i primi nove mesi del 2009 e quelli del 2008:

- “Italia per Fiat” indica il rapporto tra le auto vendute con il solo marchio Fiat in Italia sul totale delle vetture vendute da Fiat nei cinque mercati europei.
- “Italia per Gruppo” evidenzia il rapporto tra le auto vendute in Italia da tutto il gruppo, sul totale dei veicoli venduti dal gruppo nei cinque mercati europei.

La dipendenza di Fiat e di tutto il gruppo dal mercato italiano è scesa di circa sei punti percentuali. Questo dato è certamente positivo per l'azienda, ma indica ancora una grande dipendenza per la casa torinese dall'andamento del mercato italiano, in quanto il valore supera il 60 per cento.



Conclusioni

- Il mese di settembre 2009 ha visto una forte crescita delle vendite di autoveicoli rispetto allo stesso mese nel 2008, +14 per cento, dovuto alle politiche d'incentivi dei diversi governi europei.
- I primi nove mesi dell'anno hanno visto una sostanziale stabilità delle vendite, +0,2 per cento rispetto allo stesso periodo del 2008.
- Il dato è differenziato tra i diversi paesi; la Germania ha visto una crescita superiore al 25 per cento grazie ai forti incentivi pubblici in vista delle elezioni politiche. Questi aiuti si sono terminati in concomitanza della rielezione di Angela Merkel.
- Spagna e Gran Bretagna, che hanno introdotto in seguito gli aiuti pubblici, hanno visto cadere i propri mercati di oltre il 10 per cento.
- In Italia le politiche d'incentivazione, meno importanti che in Francia e Germania, hanno permesso di contenere la caduta al 6 per cento.
- Tutti i mercati europei sono stati "dopati" dalle politiche di aiuto pubblico al settore. Quando questi incentivi finiranno, probabilmente si registrerà una caduta delle vendite.
- Fiat è stata in grado di prendere quote di mercato e sfruttare al meglio le politiche di aiuto degli altri governi europei, ma rimane ancora troppo dipendente dal mercato italiano.

CHI SIAMO

L'Istituto Bruno Leoni (IBL), intitolato al grande giurista e filosofo torinese, nasce con l'ambizione di stimolare il dibattito pubblico, in Italia, promuovendo in modo puntuale e rigoroso un punto di vista autenticamente liberale. L'IBL intende studiare, promuovere e diffondere gli ideali del mercato, della proprietà privata, e della libertà di scambio. Attraverso la pubblicazione di libri (sia di taglio accademico, sia divulgativi), l'organizzazione di convegni, la diffusione di articoli sulla stampa nazionale e internazionale, l'elaborazione di brevi studi e briefing papers, l'IBL mira ad orientare il processo decisionale, ad informare al meglio la pubblica opinione, a crescere una nuova generazione di intellettuali e studiosi sensibili alle ragioni della libertà.

COSA VOGLIAMO

La nostra filosofia è conosciuta sotto molte etichette: "liberale", "liberista", "individualista", "libertaria". I nomi non contano. Ciò che importa è che a orientare la nostra azione è la fedeltà a quello che Lord Acton ha definito "il fine politico supremo": la libertà individuale. In un'epoca nella quale i nemici della libertà sembrano acquistare nuovo vigore, l'IBL vuole promuovere le ragioni della libertà attraverso studi e ricerche puntuali e rigorosi, ma al contempo scevri da ogni tecnicismo.