

EDITORIALE

## Auto in crisi, l'Italia di più

EDITORIALI

03\_01\_2013



**Riccardo  
Cascioli**



La reazione alla crisi del mercato dell'auto è uno degli esempi più evidenti della schizofrenia della nostra società. Anche ieri sono state diffuse cifre drammatiche: nel 2012 c'è stato un ulteriore crollo in Italia delle vendite di auto, con un -19,87% rispetto all'anno precedente e con vendite effettive di 1.402.089 automobili, ai livelli del 1979, ben 33 anni fa. E per il 2013 si prevede un ulteriore, forte calo.

**E come al solito, a ogni bollettino sul mercato delle auto**, segue pianto e lamento su questa crisi che significa perdita di posti di lavoro, il ritorno del solito tormentone su Fiat che non vuole più investire in Italia e domande angosciate su come uscire da questa crisi, cosa fare per risollevare questo settore così importante dell'industria italiana.

**E' un pianto e un lamento che sarebbe comprensibile** se non fosse che negli ultimi decenni si è fatto di tutto per provocare questa crisi.

**Basti citare un paio di fattori. Il primo riguarda l'andamento demografico.** Chi compra maggiormente le auto, chi le cambia più spesso? I giovani che lavorano, le giovani coppie che cambiano auto anche per le nuove esigenze legate alla nascita dei figli, persone comprese comunque tra i 20 e i 40 anni. Perché più si va avanti nell'età più si tende a conservare l'automobile fino ad arrivare a quei modelli che si consumano con il consumarsi della vita del proprietario. Aspettarsi che a ravvivare il mercato dell'auto siano i sessantenni o i settantenni più che illusorio è ridicolo. Ma ecco il punto: negli ultimi 50 anni la popolazione italiana compresa tra i 20 e i 40 anni si è assottigliata passando dal 31% circa al 25, e peraltro con una tendenza all'invecchiamento anche all'interno di questa fascia d'età. Cifra ancora più comprensibile se consideriamo l'indice di struttura della popolazione attiva - ovvero il rapporto tra la fascia 40-64 anni e quella 15-39 - che solo negli ultimi dieci anni è passato da 93,5 a 116,5. Dunque se viene meno la fascia principale dei consumatori, ci si può stupire che l'acquisto di auto diminuisca? E visto che questo risultato lo si è caparbiamente voluto diffondendo paure sulla sovrappopolazione, distruggendo la famiglia e la vita con contraccezione, divorzio, aborto, ci si può ora seriamente lamentare delle conseguenze?

**Secondo fattore: da anni l'auto e gli automobilisti sono demonizzati**, sono additati come il nemico numero uno della vivibilità delle città. Così, ogni volta che c'è da raccattare soldi per chiudere i buchi delle casse statali viene facile come primo provvedimento una nuova tassa sulla benzina (l'ultimo ritocco, per chi non se ne fosse accorto, è scattato con l'inizio del nuovo anno). Oggi le tasse contano per quasi il 60% del costo dei carburanti; se consideriamo che in un anno gli italiani spendono oltre 60 miliardi di euro in carburante, i conti sono presto fatti. A questi si devono poi aggiungere gli introiti per la tassa di circolazione e per la Rc Auto: nel 2011 le tasse a queste voci hanno portato quasi 9 miliardi di euro nelle casse dello Stato. In totale una cifra enorme, che solo in minima parte ritorna in spese per servizi e infrastrutture agli automobilisti. A questo si deve poi aggiungere la cultura ecologista dominante che scoraggia in ogni modo l'acquisto di automobili, considerate il simbolo del male.

**Se si fosse coerenti, allora**, alla notizia del crollo del mercato delle auto ci dovrebbero

essere festeggiamenti. E invece no: con la stessa protervia e arroganza con cui si condanna l'uso dell'auto, si piange poi per la crisi dell'industria automobilistica, magari prendendosi con chi non ha più voglia di investire in Italia in questo settore.

**C'è evidentemente un corto circuito nella nostra cultura**, e purtroppo non riguarda solo il mercato dell'auto.