

Rassegna stampa

Centro Studi C.N.I. - 4 novembre 2018



TAV

Corriere Della Sera 04/11/18 P. 11 IL DOSSIER: FERMARE L'OPERA COSTEREBBE PIU' CHE TERMINARLA RINALDI ANDREA 1

INGEGNERI

Sole 24 Ore 04/11/18 P. 6 L'ITALIANO A TOKYO CHE IMMAGINA L'AUTOMOBILE ELETTRICA DAL FUTURO Mario Cianflone 2

ECONOMIA VERDE

Corriere Della Sera 04/11/18 P. 29 IL LAVORO "GREEN" PUO' CREARE FINO A 65 MILIONI DI POSTI NEL MONDO BARBA MASSIMILIANO DEL 4

L'ITALIANO A TOKYO CHE IMMAGINA L'AUTOMOBILE ELETTRICA DEL FUTURO

A tu per tu. Secondo il vice presidente di Nissan **Daniele Schillaci**, nei prossimi dieci anni si assisterà a un cambiamento epocale nel settore automotive sulla scia dell'introduzione di tecnologie rivoluzionarie di **Mario Cianflone**

È uno dei grandi italiani dell'automobile e probabilmente quello con il compito più difficile: costruire, ideare e sviluppare il futuro dell'auto. Daniele Schillaci è vice presidente esecutivo vendite e marketing e direttore globale dei veicoli elettrici di Nissan Motor Company, oltre ad avere la responsabilità diretta della regione asiatica.

Vive a Tokyo ma spesso arriva in Europa. Lo abbiamo incontrato due volte negli ultimi mesi, al salone della capitale nipponica e a Milano poco prima che si recasse al suo politecnico di Milano (si è laureato in ingegneria) per una *lectio magistralis*.

Schillaci non ostenta la tipica aria del manager di alto livello di una multinazionale, veste in modo elegantemente sobrio ma da bravo ingegnere punta sul pratico, sulla sostanza e non sull'apparenza. Eleganza sostenibile senza eccedere nei doppiopetto e gemelli stile Luca De Meo Ceo di Seat. Lui governa la difficile ma necessaria transizione dai motori termici a quelli elettrici, un compito globale.

Non a caso guida una Leaf, la berlina 100% alla spina che è, non per nulla, l'auto elettrica più venduta in Europa e nel mondo. Altro che Tesla con le sue elettriche di lusso, qui stiamo parlando di vetture green per (quasi) tutti e non per pochi come le ultime nate, a lunga autonomia di Audi, Mercedes e Jaguar.

La sua «ossessione» si chiama Intelligent mobility: una strategia per lo sviluppo dell'automobile che, come ci ha spiegato, «si basa su tre pilastri: Intelligent Driving (guida autonoma), Intelligent Power (elettrificazione) e Intelligent Integration, cioè l'auto che entra a far parte del tessuto connettivo digitale dell'internet delle cose».

Schillaci è un tecnologo, appassionato di hi-tech, ma è pragmatico. Non segue le mode, le guerre di religione tecnologiche e non ha pregiudizi. Usa un iPhone ma solo perché aziendale, non è dunque un *fan boy* di Apple ma un ingegnere aperto alle frontiere dell'hi-tech.

«Per me la tecnologia - dice - ha senso solo se migliora la qualità di vita. Un esempio? lo smartphone». E l'auto? Come sta cambiando? Schillaci frena un secondo la sua *verve* dialettica e con il suo accento che è un mix globale di francese, italiano e inflessioni inglesi e risponde: «Il processo di trasformazione dell'auto in chiave elettrica, autonoma e condivisa che sta avvenendo ora è solo la parte iniziale di una trasformazione epocale e ogni casa automobilistica sta cercando di capire come agire e con quali tecnologie di-

ruptive». Non vi è dubbio che le vetture elettriche saranno, infatti, *disruptive* per l'industria dell'auto come la conosciamo oggi.

L'elettrificazione riduce la filiera, compatta le aziende e potrebbe fare evaporare posti di lavoro. Il numero di pezzi necessari per costruire un'automobile si riduce enormemente e questo si traduce in una trasformazione paragonabile a quella del passaggio dalla fotografia chimica a quella digitale, ma con aziende molto più grandi di una Kodak o di Polaroid. Questo impatto sociale ed economico su un mondo che è strutturato per costruire e mantenere automobili, non rischia di diventare troppo distruttivo? Il manager di Nissan però non ha paura delle grandi rivoluzioni che l'automobile affronterà.

«Il progresso - dice Schillaci - va avanti in maniera graduale, il mix dell'elettrico anche nel 2022 o nel 2025 rispetto al mix globale, sarà sempre una frazione. Il tempo darà un'idea chiara dei nuovi lavori, non solamente nell'elettrificazione, ma anche nel campo della connettività, dei nuovi servizi, di mobilità. Ci saranno quindi lavori nuovi e professioni tradizionali che progressivamente diminuiranno, ma che nella giusta tempistica saranno compensati, totalmente o parzialmente dai nuovi. È un processo graduale e sarà il tempo a dire se c'è perdita o no. I nuovi servizi di mobilità si stanno già sviluppando e questa è una buona sorgente di ricavi per i concessionari e per noi».

Schillaci è un entusiasta dell'auto elettrica, ammira Elon Musk e afferma di riconoscerne i meriti di pioniere (ma non teme la concorrenza della piccola casa californiana).

«L'auto elettrica è una tecnologia che offre molto: garantisce molti benefici come l'accelerazione, la silenziosità, la sostenibilità. Tutto ciò è apprezzato dal cliente, per cui è disposto anche a sostenere una differenza di prezzo, ed è quello che avverrà nei prossimi 5-10 anni. Noi con la Nissan Intelligent Mobility abbiamo trovato questa strada, il centro e il motore di Nissan perché ogni volta che parliamo di prodotto-sviluppo, anche ai nostri ingegneri, chiediamo: 'Questo prodotto rappresenta la Nissan Intelligent Mobility offrendo più benefici a chi guida?' Se la risposta è sì andiamo avanti, altrimenti ci fermiamo».

Ed è un approccio pragmatico e non ideologico per lo sviluppo dell'auto. «Nei prossimi 5-10 anni saranno molte le innovazioni in termini di tecnologie e prodotti. Stiamo capitalizzando esperienze di mobilità interessanti: in Giappone abbiamo fatto un accordo con DeNA su Easy Ride, un'anticipazione di quello che



potrebbe essere un taxi a guida autonoma. Successivamente, in un arco temporale dai 7-8 ai 15 anni, ci dovremmo aspettare anche alcune evoluzioni della tecnologia, come la realizzazione della guida autonoma grazie anche a tutto il mapping 3D, la rete di connettività, ma anche dell'evoluzione delle batterie».

Proprio sulle batterie, il grande punto critico delle auto elettriche, Schillaci concorda pienamente sul fatto che occorre superare i limiti delle celle a ioni di litio. «In Nissan stiamo lavorando con i centri di ricerca in Giappone e con le università per sviluppare le batterie a stato solido che sono la grande promessa del futuro. Per il momento collaboriamo a livello universitario e di centri di ricerca dei ministeri dove ci sono delle realtà molto avanzate e dove ci sono anche altri costruttori che stanno lavorando a questo progetto. Questa secondo me è una ricerca più nel lungo termine che contribuirà a far evolvere la tecnologia della batteria».

Henry Ford diceva che la tecnologia è irrilevante quando diventa per tutti. E Schillaci fa proprio questo motto del grande architetto dell'automobile del secolo scorso. «In Nissan ci muoviamo esattamente in quest'ottica, una tecnologia può diventare per tutti, ma nel momento in cui riesce a fare un salto di qualità che migliora la vita allora diventa fondamentale. Non è però mai garantito il successo: puoi lanciare una tecnologia e magari non piace a tutti».

A questo punto quando arriverà un'auto elettrica, con autonomia lunga, di massa e soprattutto con un prezzo davvero accessibile che porterà al sorpasso sul termico? Daniele Schillaci risponde prontamente: «Intorno al 2025, il costo di produzione di un'auto elettrica

e quello di una con motore termico saranno molto vicini. Poi subentra il discorso dell'innovazione: per una prima auto prenderesti ancora un'auto tradizionale, ma per un'auto in più prenderesti un veicolo che ti offre un piacere di guida completamente diverso, con tecnologie più evolute. Il *crossing point* più o meno è nella metà della prossima decade».

Quando parla di tecnologia e delle auto del futuro, il top manager italiano si illumina, si infervora anche perché il suo è un lavoro complesso svolto per una multinazionale globale che è ramificata in due continenti: in Asia e in Europa.

E qui emerge tutta la peculiarità del personaggio, dell'uomo di business internazionale, un italiano che vive a Tokyo dove lavora per un'azienda giapponese, all'interno di un'alleanza franco-nipponica. «La mia giornata tipo? È quella dove alle 8 del mattino puoi avere una riunione ad esempio su un prodotto, alle 9 del mattino una riunione su un investimento industriale in un paese come l'Asia, il pomeriggio una riunione di strategia. La bellezza di questo lavoro, per chi ama le sfide, è la gestione della complessità a una certa velocità con la tua squadra, perché Nissan è una grandissima azienda, facciamo parte dell'Alleanza ma Nissan è globale. Certo, hai molte responsabilità, ma ti arricchisce molto. Questa è la gestione della complessità. E infine dormo 5 ore, perché quando viaggi sei sempre soggetto a fuso orario. Quando viaggi dal Giappone agli Stati Uniti è più difficile, impieghi due giorni e mezzo a rimetterti. Diciamo che ti deve piacere la sfida, ti deve piacere il lato multiculturale perché è quello che ti arricchisce molto. Poi da italiano ai vertici di una grande azienda giapponese, cerco di tenere la nostra bandiera il più in alto possibile, sono orgoglioso anche io per il mio Paese».

I viaggi son al centro della vita di un manager come Schillaci. «Viaggio molto per capire cosa succede nei Paesi, perché una cosa sono le *video-conferenze* e una cosa è andare sul posto dove hai la possibilità di parlare con persone di diverse culture. Io ho delle riunioni dove ci sono un olandese, un cinese, un giapponese, un indiano, un americano e la cosa divertente è vedere l'approccio di ognuno. Alla fine comunque riusciamo a convergere a prendere le decisioni giuste in linea con la nostra strategia. Le parole chiave sono: dinamismo, multitasking, gestione della complessità, viaggi e arricchimento anche personale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VIAGGIO MOLTO PERCHÉ UNA COSA SONO LE VIDEO CONFERENZE E UN'ALTRA IL RAPPORTO DIRETTO CON LE PERSONE



Daniele Schillaci
Siciliano di origine, Daniele Schillaci, è executive vice president, global marketing and sales di Nissan. 54 anni, si è laureato al Politecnico di Milano

La Lentedi **Massimiliano Del Barba****Il lavoro «green»
può creare
fino a 65 milioni
di posti
nel mondo**

Decrescita felice addio. Salvaguardare il clima, impegnandosi nel mantenere il riscaldamento globale entro il grado e mezzo da qui alla fine del secolo, potrebbe generare 65 milioni di nuovi posti di lavoro. Uno studio della Global Commission on the Economy and Climate, organismo internazionale istituito nel 2013 da ex capi di governo, economisti e imprenditori, e ripreso dalla rivista italiana *Valori*, mette nero su bianco le occasioni che la transizione energetica potrebbe creare. La nuova economia, infatti, genererebbe un valore aggiunto di 26 mila miliardi di dollari da qui al 2030 grazie al ritorno sugli investimenti in settori strategici come l'energia (dagli idrocarburi alle rinnovabili), il trattamento delle acque, le città (smart city e mobilità

milioni di ettari di terre degradate potrebbe ad esempio far guadagnare 8,4 miliardi di dollari all'anno). Come innescare il cambiamento? Per la Commissione servirebbe un capitale iniziale, in grado di far partire la macchina dell'industria verde, da ricavare nella rimodulazione al rialzo e nell'estensione a tutti gli Stati delle quote di emissioni inquinanti. E c'è pure una cifra: «Dovrebbe essere fissato da tutte le grandi potenze economiche un prezzo delle emissioni di CO₂ compreso tra 40 e 80 dollari». Difficile, considerato che oggi in Europa fluttuano sui 15 euro la tonnellata. Certo, non far nulla creerebbe perdite di oltre 320 miliardi di dollari all'anno.

mdelbarba@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il costo

Il «non far nulla» costerebbe oltre 320 miliardi di dollari all'anno

sostenibile), l'industria (la cosiddetta *digital manufacturing*), l'agricoltura (dal modello estensivo a quello di precisione) e l'utilizzo del suolo (la bonifica di 160

