



UNRAE

2025



I nostri primi 75 anni

Dialogo, progresso e passione
nella storia dell'automotive italiano

Il cuore dell'automotive

L'UNRAE? Un crocevia dove le grandi Case automobilistiche – da quelle tedesche a quelle giapponesi – trovano voce, rappresentanza e, soprattutto, un'agenda comune nel nostro Paese. È un'entità che vive di numeri, di dati, di riunioni con ministri e funzionari, ma anche di un'idea più grande: quella di una mobilità che non è solo spostamento, ma cultura, economia, futuro.

Immaginate un'Italia che, come sempre, si specchia nelle sue strade: le tangenziali di Milano, i vicoli di Napoli, le statali della Puglia. In questo paesaggio, l'Unione Nazionale Rappresentanti Autoveicoli Esteri è una presenza discreta ma incisiva. Rappresenta le Case automobilistiche estere che hanno scelto come casa quello “strano Paese” che è l'Italia. E lo fa con un misto di pragmatismo e visione.

L'associazione è un laboratorio di idee, un'officina di numeri, un ponte tra il privato e il pubblico. Il suo ruolo si declina fra analisi, advocacy, comunicazione.

L'UNRAE fornisce, e non solo alle sue associate, studi e servizi statistici che sono come mappe stellari per navigare il mercato: vendite, tendenze, preferenze degli italiani. Questi dati dicono chi siamo, come ci muoviamo, cosa sogniamo quando guidiamo. Ne parleremo diffusamente in una sezione ad hoc di questo libro.

L'advocacy

Il dialogo con le istituzioni è il vero carburante dell'Associazione, in un Paese davvero prolifico nello “sfornare” leggi e decreti, spesso oscuri e contraddittori, talvolta addirittura inapplicabili. Rappresentare le Case automobilistiche significa portare le loro istanze nei luoghi dove si decide il futuro: ministeri, commissioni, enti locali. L'UNRAE si siede ai tavoli giusti, portando pragmatismo e cognizione di causa in un dibattito che tocca temi enormi: la transizione ecologica, la sicurezza stradale, il futuro delle città. Gli esempi di collaborazione di UNRAE con le istituzioni sono innumerevoli. I tavoli di

lavoro, le audizioni parlamentari, gli incontri ufficiali e quelli informali, pressoché quotidiani, con decine e decine di referenti, hanno contribuito a definire strategie cruciali per il rilancio del comparto automotive, duramente colpito da crisi pandemiche, transizione energetica e instabilità economica.

Dallo storico Tavolo “Tiscar” sulla mobilità sostenibile presso la Presidenza del Consiglio si va al Tavolo Automotive presso l’attuale MIMIT, passando attraverso una serie di tavoli presso i singoli Ministeri. Con lo stesso MIMIT, per esempio, quello sulla “Guida CO2”. Con il MIT la serie è lunghissima: NPI, Codice della Strada, Attrezzature per controllo veicoli, Revisioni in concessione, Autotrasporto, TPL, Consulta Sicurezza. Poi c’è il MASE, col Tavolo CAM e quello sul Nuovo Regolamento ELV.

E ancora, gli enti locali. Solo per fare due esempi: il tavolo per il TPL con ATM Milano, e quello sul Piano Metropolitano Logistica Sostenibile per la Città di Torino.

Senza dimenticare la partecipazione ai Circoli di qualità ISTAT (Trasporti e mobilità, Ambiente, Energia), quella ai Gruppi di lavoro per il Working Paper di Banca d’Italia, quella all’Expert Panel for Polluting Emissions Reduction di ENEA. A cavallo fra pubblico e privato, poi, UNRAE è con Snam e Terna nel Gruppo di lavoro su scenari trasporto al 2040, nel Comitato Scientifico ASAP dell’Università del Piemonte Orientale di Novara e dell’Università di Bergamo, in quelli di Futurmotive/Autopromotec e di RiminiFiera. È nel The Urban Mobility Council con Unipol e Politecnico di Milano (PoliMI), con cui collabora allo Smart Mobility Report, è nell’Intermodality Future Ways della Fondazione Sviluppo Sostenibile presso RiminiFiera, è nella Task Force Nazionale “Ricerca ed Innovazione” di TEN Italy Solutions. È nelle giurie di IoMOBILITY Awards con Innovabilify e di MGH7 Venture Capital.

E infine, è nel Sistema Direttori delle due Confederazioni alle quali aderisce da sempre, nonché nei rispettivi Gruppi di lavoro: quelli Trasporti e Ambiente di Confcommercio, quelli di Confindustria su Logistica, Trasporti e Infrastrutture, Ambiente.

La comunicazione

Ma nel mondo di oggi, “mediaticizzato” in ogni suo risvolto, tutto questo lavoro resterebbe invisibile – e dunque quasi inutile - senza un’attività comunicativa sempre più intensa, rivolta al pubblico e non solo ai decisori.

Con la stampa di settore e quella generalista l’UNRAE vanta da sempre rapporti consolidati. Già nel 1970, in occasione del Salone dell’Auto, la RAI mandò in onda una tavola rotonda diretta da Ugo Zatterin, “Opinioni a confronto”, con la partecipazione del presidente UNRAE Kiesswetter. Il periodico “L’Automobile” riportò che in quella sede era “prevalsa l’opinione dell’innaturalità di un pool automobilistico europeo in funzione anti-americana e anti-giapponese”. Negli ultimi decenni la sua “copertura” spazia sempre più anche su radio, TV, web e naturalmente sui social media.

Nel 2024 UNRAE è stata menzionata o citata per esteso dai media in 10.315 fra articoli, servizi radio/TV e post sui social, con un “reach” di circa 280milioni di persone. Nei primi 9 mesi del 2025 questi numeri sono rispettivamente 8.836 e 186milioni.

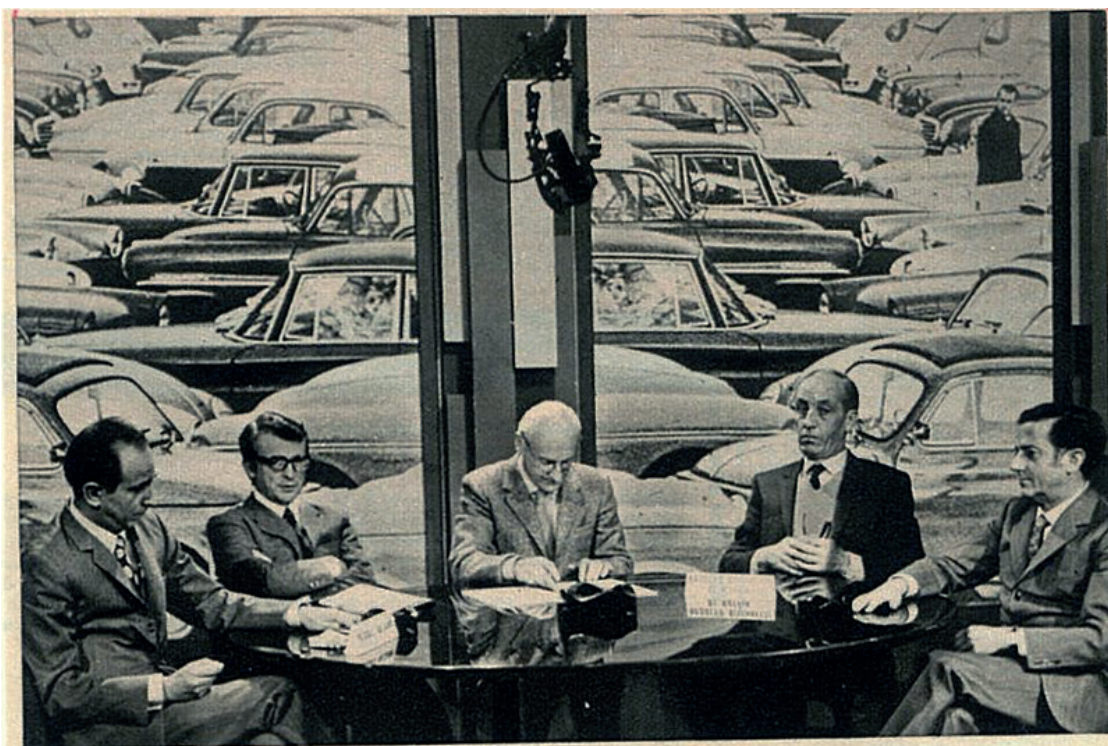
Negli ultimi 12 mesi il sito web conta circa 18mila utenti attivi (di cui un migliaio all’estero) e 76mila visualizzazioni l’anno.

Nel solo 2025 l’UNRAE, secondo ricerche generali sui social media (come studi di Metricool, Socialinsider e Sprout Social) e su metriche specifiche dei profili X (ex Twitter), ha generato 2 milioni di interazioni su tutti i profili.

Un bel numero per un’associazione di settore. Ma è un percorso, quest’ultimo, appena iniziato.

■ L'Automobile

11 novembre 1970



In occasione del Salone, Ugo Zatterin (al centro) ha diretto per la TV (« Opinioni a confronto » a cura di Gastone Favero) un dibattito al quale hanno partecipato (da sinistra) Pasquale Balsamo, il prof. Francesco Forte, il presidente dell'Anfia Rodolfo Biscaretti e il presidente dell'Unrae Sepp Kiesswetter. E' prevalsa l'opinione dell'inattualità di un pool automobilistico europeo in funzione anti-americana e anti-giapponese.



PAROLA D'ORDINE MOSTRARE I MUSCOLI

Quest'anno l'Unione nazionale rappresentanti autoveicoli esteri, dicitura difficile da memorizzare e sintetizzata da quell'acronimo, Unrae, che è ancora più ostico, compie 70 anni. E ha un grande bisogno di svecchiarsi e diventare protagonista come il suo ruolo attuale pretende.

Quando tutto era iniziato, nel 1950, di Case straniere in Italia non ce n'era nessuna. Esistevano soltanto dei volenterosi importatori di marche, in gran parte oggi uscite di scena: Rover, Lagonda, Aston Martin, Cooper, Sunbeam, Humber, Hillman, Studebaker e

portazione potevano mostrare un massimo di due vetture per marca.

Ne è passata di acqua sotto i ponti in questi 70 anni. Ora il mercato è tutto in mano ai costruttori che vengono da fuori e tocca a loro fare quella voce grossa che per una vita è stata esclusiva di quelli di Torino. L'Unrae, che quando cambierà il suo nome non sarà mai troppo tardi, deve conquistare potere nelle sedi che contano. C'è bisogno di un peso politico, perché un settore che vale il 12% del Pil nazionale non può essere preso a calci dal primo che passa e insulta la logica delle cose.

Oggi l'Unrae ha un centro studi molto efficiente e tante persone capaci che elaborano dati, ma quello che traspare dall'esterno è che i suoi soci si sentano ancora minoranza

L'UNRAE RAPPRESENTA LA QUASI TOTALITÀ DEL MERCATO: DEVE CONQUISTARE PIÙ PESO POLITICO

Renault. Contavano zero, perché, in un mercato dominato dalla Fiat con il 90% di share, e con Lancia o Alfa Romeo a fare da contorno, le auto importate erano appena 126.

In quell'Italia l'automobile era ancora un sogno, perché la miseria la faceva da padrona: in nemmeno una casa su dieci c'era il telefono e la radio era presente in una su tre, probabilmente le stesse che avevano il bagno. E ad alimentare il sogno ci pensava la Fiat, quella stessa Fiat che animava il Salone dell'auto, dove gli espositori di vetture d'im-

quando invece esprimono quasi la totalità del mercato. Tocca a loro imporsi, e non più alla Fiat che oggi è mezza americana e presto sarà per metà francese. Bisogna che le troppe anime che ci sono all'interno dell'Unione escano dalla logica degli interessi di cortile (e dai dettati delle case madri, che non conoscono i nostri problemi) per elaborare un pensiero comune da sostenere con forza, mettendo sul piatto anche il rischio di rinunciare a qualcosa pur di arrivare a risultati importanti.

Un'associazione così deve avere più personalità e più presenza sui media, ma la deve avere anche nelle stanze dove si decidono le cose, assegnando mandati veri a chi la rappresenta. Nell'ultimo decennio si sono succeduti al comando presidenti di grande valore e passione come Jacques Bousquet, Massimo Nordio e adesso Michele Crisci, però dall'esterno non si è mai percepita una forte unità a sostegno del loro operato. Generali di prestigio al comando di un battaglione di disertori.

L'Italia a quattro ruote non riesce a far togliere l'iniquo superbollo che fa perdere quattrini allo Stato invece di portarne, prende ceffoni su ceffoni sulle auto aziendali, subisce i divieti di circolazione sulle vetture più recenti, ma non riesce a fermare quelle più inquinanti, e aspetta ogni mattina con trepidazione di scoprire quale nuova vessazione può essere in arrivo. È il momento di andare all'assalto con la baionetta, di mostrare i muscoli.

Qualcuno obietterà che soltanto FCA può minacciare la chiusura dei suoi stabilimenti per fare leva sui politici, però non lo fa più perché gli interessi internazionali sono oggi preminenti su quelli locali. Così non ci rimane che il blocco dei costruttori esteri, che significano quasi tutto il mercato nazionale. Buon anniversario Unrae, ma adesso prenditi la scena e fatti sentire.

Carlo Cavicchi

 @CarloCavicchi