



Un futuro all'insegna dell'efficienza energetica

Relazione di Peter W. Schneider, direttore dell'UPSA.

Signor Consigliere federale,
signore e signori,

un conto è stato decidere di introdurre l'etichetta Energia, un conto è ora lanciarla sul mercato. Una volta presa la decisione di principio, l'Unione professionale svizzera dell'automobile (UPSA) che, con i suoi 4'200 membri riunisce ca. l'85 % di tutti i rivenditori svizzeri di nuovi veicoli, e l'associazione "auto-svizzera", in qualità di loro fornitore, hanno assunto il compito di lanciare l'etichetta sul mercato elvetico. È certamente più efficace se, a fare questo, è un'organizzazione che, oltre a conoscere bene il mercato e le sue regole, gode della fiducia dei commercianti di automobili.

A questo punto è d'obbligo precisare che il settore automobilistico non era per nulla entusiasta all'idea di attuare questo provvedimento. E non perché esso sia insensibile alla problematica ambientale, bensì per un'altra ragione: se, da una parte, la Confederazione e l'Amministrazione federale sostengono continuamente di volere fare il possibile per alleggerire le PMI dal fardello amministrativo che oggi quasi rischia di schiacciarle, dall'altra non perdono occasione per introdurre sempre nuovi oneri, disposizioni e prescrizioni, e ciò in stridente contrasto con l'obiettivo summenzionato. Questo è il secondo motivo per cui le due organizzazioni citate, nonostante lo scarso entusiasmo, fino ad oggi si sono impegnate a fondo per diffondere l'etichetta. Vogliamo infatti offrire ai nostri membri una procedura di attuazione utile, orientata alla pratica, e non alle esigenze dell'Amministrazione.

L'introduzione dell'etichetta sul mercato dell'automobile si differenzia notevolmente dal suo lancio su altri mercati, per esempio quello degli elettrodomestici. Attualmente, non sono i supermercati ma i garage a vendere gran parte delle automobili, e ciò avverrà anche in futuro. Diversamente dal caso degli elettrodomestici, per l'acquisto di un veicolo l'acquirente si fa consigliare da un venditore appositamente formato; in futuro, quest'ultimo verrà istruito sul senso e sull'uso dell'etichetta e sarà sempre in grado di offrire consulenza ai clienti. Non va tuttavia dimenticato che il consumo di carburante è soltanto uno degli argomenti da

discutere al momento di acquistare un'automobile. È infatti compito del venditore soddisfare nel migliore dei modi tutte le esigenze della clientela, evitando di influenzare la sua scelta in modo unilaterale.

A che punto siamo oggi? L'anno scorso tutti i commercianti di automobili sono stati informati dall'UPSA e da auto-svizzera riguardo all'introduzione dell'etichettaEnergia. Al momento dell'entrata in vigore delle nuove disposizioni, il 1° gennaio 2003, non erano infatti ancora disponibili i documenti ufficiali. Grazie all'iniziativa congiunta delle nostre due associazioni, già nel corso del mese di gennaio ca. il 90% di tutti i garagisti aveva apposto l'etichetta su tutti i veicoli in vendita. Questo dato è stato confermato anche da indagini svolte dai partner dell'Ufficio federale dell'energia. Si tratta di un risultato lusinghiero, che regge il confronto anche con altri settori di applicazione dell'etichettaEnergia.

E consentitemi un accenno alla questione della credibilità. A mio giudizio, il DATEC potrebbe sfruttare il momento per incentivare la credibilità e l'accettazione dell'etichettaEnergia presso i nostri membri e i consumatori, promuovendo in modo deciso la riduzione del prezzo del diesel. Non è infatti per nulla facile spiegare ai membri dell'UPSA che, all'interno di uno stesso Dipartimento, un Ufficio federale promuove il consumo di diesel nell'ottica di una guida più efficace mentre un altro lo condanna, forse per paura che l'obiettivo di riduzione del CO₂ venga raggiunto, cosa che metterebbe in pericolo l'introduzione di un nuovo balzello, ossia la tassa sul CO₂.

L'Unione professionale svizzera dell'automobile si impegnerà comunque a fondo affinché i propri membri equipaggino correttamente le nuove vetture con l'etichettaEnergia, informando la clientela sui veicoli più efficienti dal profilo energetico.

Ci aspettiamo però anche che, in sede di controllo, l'Ufficio federale dell'energia tratti il nostro settore alla stessa stregua di tutti gli altri, evitando ai nostri membri *chicane* supplementari.

Alcuni anni fa, in collaborazione con auto-svizzera, ci siamo adoperati a favore della dichiarazione dei consumi; allo stesso modo ci impegneremo ora per la diffusione dell'etichettaEnergia. Non ci rimane che sperare che simili iniziative non si ripetano più, almeno fino a quando, in tutta l'Ue, entrambe le misure non saranno applicate in modo capillare e sistematico come in Svizzera. Ciò darà un po' di tregua ai nostri membri, almeno per i prossimi dieci anni.