

Borsa
-1,47%
Mib 939
(-6,1%
dal 2-1-1991)



Lira
Ancora
in ribasso
per la crescita
del marco



Dollaro
Continua
a calare
In Italia
1192 lire



ECONOMIA & LAVORO

Presentata a Cinecittà, prodotta in Polonia, la nuova utilitaria entra nel mercato. È dedicata ai giovani di spirito, alle donne e agli ecologisti, dice Cantarella

Sei litri di benzina per 100 chilometri tocca i 140 all'ora. Top secret sul prezzo, lo sapremo a marzo. La Fiat ci punta per riconquistare l'Italia... e l'Europa

Alla Fiat arriva una carica di 500

Ecco la nuova «Cinquecento» Fiat. Nostalgica nel nome, ma non nelle forme, né nelle prestazioni, è stata presentata ieri in pompa magna negli studi di Cinecittà. Interamente prodotta in Polonia, sarà in Italia a marzo. Centosessantamila «pezzi» all'anno che potrebbero diventare 240mila. Troppo pochi per un'auto di massa, dicono gli esperti. Il prezzo? Top secret fino a quando non sarà in vetrina.

FERNANDA ALVARO

ROMA. Si spengono le luci, la musica si fa altissima e dietro quel multischermo che aveva mostrato una solenne conferenza stampa appare lei. Anzi loro. Le quattro versioni della «Cinquecento», pronte da provare, da mettere in moto, pronte a agitare i tergicristalli e a inserire le cinque marce. Ma

soltanto per pochi. La «prima» della nuova, ma dall'antico nome e sapore, car city Fiat è riservata a poco più di 600 persone. Giornalisti, la maggior parte, uomini della casa torinese, tecnici, ingegneri italiani e polacchi, i pochi all'ora. Per altri 600 un nuovo turno domani. Oggi invece, gli esperti la pro-

veranno, come si dice «su pista». Erano i tempi di Edoardo VIII quando nasceva la «Zero A», la «Topolino». Sono i tempi - per restare alle «corone» - di Vittorio Emanuele sotto processo quando negli studi di Cinecittà si accendono le luci sulla «Cinquecento». A presentarla, ieri, in uno studio tutto nero illuminato a giorno è Paolo Cantarella, amministratore delegato della Fiat auto. Solenne. Parla di ricordi, tenerezza, affetto, sogni. Quelli suscitati dalle immagini che lo hanno preceduto e che hanno raccontato la storia delle «piccole» Fiat dal '36 al '75, quando la vecchia «Nuova 500» usciva di produzione. Poi comincia a elencare cifre e lanciare sfide. «Nel decennio appena iniziato

- dice - la Fiat Auto investirà 40mila miliardi e introdurrà sul mercato 18 nuovi modelli. Nel 1989 700mila europei. Italia esclusa, hanno scelto Fiat. Abbiamo idee, uomini e risorse finanziarie per continuare nella nostra sfida». L'ultima è in questa «Cinquecento» interamente prodotta negli stabilimenti Fsm di Tichy, in Polonia, dove la casa torinese ha investito mille miliardi di lire. Nella sua «patria d'origine» sarà in vendita fin dai prossimi giorni, in Italia «avrà verso i primi di marzo. Prezzo? Si saprà a marzo anche se qualcuno azzarda 9-10-11 milioni. Centosessantamila esemplari nel '93, ma «se il mercato lo vorrà» potranno essere 240mila all'anno. Trop-

po poche per la nuova «vetture di massa» sottolineano gli esperti: il numero giusto per saggiare le preferenze dei clienti risponde la Fiat. Lunga quanto la «Topolino», tre metri e 20 centimetri, più «ingombrante» della «500», la prima vettura a scendere al di sotto dei 3 metri, è dedicata «ai giovani di spirito» - dice Cantarella - e può soddisfare un pubblico femminile. Ecologica perché «produce un terzo di anidride carbonica rispetto a una vettura di 3000 cc, perché ogni suo pezzo in plastica più pesante di 50 grammi può essere riciclato al 100%, perché nei materiali utilizzati non c'è amianto, né cromo, né cadmio. Arriva a 127 chilometri all'ora con il motore 704, a 140 con il 903

e scende a 80 nella versione «Elettra». Quest'ultima è la terza vettura Fiat, dopo la Panda e il Ducato, alimentabile con l'energia domestica. Per «ricaricarla» servono 8 ore e l'autonomia è di cento chilometri. Sarà un lusso per pochi perché inevitabilmente più cara, perché meno spaziosa dovendo sacrificare 3 posti alle 12 battute e perché, per il momento si prevede di produrre non più di qualche centinaio. Per un pieno, di quelle a benzina naturalmente, servono 35 litri e il consumo, medio, è di 6 litri ogni 100 chilometri. Chiusa la presentazione ufficiale è tempo per le domande. Il prezzo per cominciare, ma è inutile. Cantarella è impenetrabile persino a chi cerca di lusingar-

lo per estorcergli la cifra. La concorrenza? «Ci stiamo attrezzando per vincerla». Perché in Polonia? «Perché l'Italia ha perso 7 punti di concorrenza per quel che riguarda il costo del lavoro». La sicurezza e la garanzia? «Sei anni di garanzia, standard elevati di sicurezza». L'acquisto del 51% della fabbrica polacca? «Le trattative si dovrebbero chiudere entro il 15 gennaio». Le quote di mercato? «Migliorano in Europa, sono stabili in Italia». Parla in generale l'amministratore delegato. In realtà in Italia la quota è scesa di oltre 6 punti. Ma ieri non si parlava di sconfitte, se non di quella sulla «piatta dei duelli», uno dei set allestiti per festeggiare la Fiat Cinquecento nella fabbrica dei sogni. A Cinecittà.



3,22 metri, 5 posti e...

Tre metri e 22 centimetri di lunghezza, un metro e 48 di larghezza, 1,43 di altezza. La «Cinquecento» è prodotta in quattro versioni: la «Ed» motore 704, 127kmh; la «903 cat» con catalizzatore 140kmh; la «903» senza catalizzatore, stessa velocità; e la «Elettra» a energia elettrica, velocità massima 80kmh. I prezzi sono ancora top secret. Trentuno cavalli per la «Ed» e 41 per la 903. Cinque posti, esclusa la versione «Elettra» che ne sacrifica tre alle 12 batterie. Il cambio è a quattro e cinque marce. Consuma, in media, 6 litri di benzina ogni 100 km in città.

È il 1957, a Corso Marconi «povera ma bella» nasce l'auto del boom italiano

ROBERTO ROSCANI

ROMA. Poveri ma belli: il 1957 era stato l'anno di Maurizio Arena e di Marisa Allasio. Dino Risi aveva inventato nuove maschere della commedia all'italiana: bagnini, benzina, ragazze in cerca di marito, commesse di negozi. Forse per pura combinazione (o forse no) la famiglia Agnelli e il grande manager della Fiat, Vittorio Valletta scelsero proprio Cinecittà per presentare al pubblico la «Nuova 500». Gli stabilimenti cinematografici sull'Appia stavano diventando un pezzo dell'immagine italiana nel mondo. Erano la «città» di De Sica e di Fellini, di Totò e Alberto Sordi. E poi persino di Ben Hur. E la Fiat 500 che c'entra? C'entra. Quella macchinetta «povera ma bella» sarebbe diventata un altro pezzo dell'immagine italiana. Anzi, di più, sarebbe stata, da lì a

qualche anno, lo strumento della nostra mutazione antropologica. La Fiat la terrà in produzione per quasi 19 anni, ne fabbricherà quasi quattro milioni di esemplari. Sarà la macchina degli anni Sessanta, quella del boom economico e dell'urbanizzazione accelerata del paese. Ma anche gli anni dei giovani e della rivolta. E le 500 con gli altoparlanti fissati sul tetto, davanti alle fabbriche o alle scuole, in testa ai cortei, fanno parte dei ricordi collettivi. A dire il vero a Torino sulla 500 non scommetteva quasi nessuno. Il modello del 1957 era l'eredità della vecchia 500 anteguerra, la «Topolino», costruita nel 1936 su disegno di un grande progettista Fiat, Dante Giacosa. Ma la sorte della Topolino si incrocia con la guerra: alla fine del conflitto ne erano state prodotte 122

mila, anche per usi militari. Dalla ricostruzione la Fiat ricomincia con fatica e la Topolino è il suo modello di punta: tra il 1948 e il 1953 ne vengono realizzati 376 mila esemplari. Il prezzo è di 625 mila lire, contro le 8.900 degli anni Quaranta. Nei progetti doveva essere una vettura piccola, economica che possa essere venduta al prezzo di 5.000 lire. Una specie di Ford modello T, di auto per una società motorizzata. Ma i tempi non erano quelli e la Topolino è stata in Italia vettura di passaggio. La vera protagonista di questo ventennio di massificazione delle quattro ruote sarà la Sei-



La «vecchia» Fiat 500 presentata nel 1957 a Cinecittà. Accanto il master in mogano



Rischio Fiat/1. Lo scenario internazionale L'allarme del 2000 viene dal Giappone

RITANNA ARMENI

ROMA. La domanda potrà apparire eccessiva e addirittura di cattivo augurio nel giorno in cui la Fiat lancia sul mercato la nuova 500, ma non è peregrina. Ci sarà ancora la Fiat auto nel duemila? Oppure si realizzeranno le voci più pessimiste sull'avvenire del gruppo, quelle che danno per probabile la vendita del cuore produttivo dell'azienda? Le notizie che giungono dall'Europa e dal Giappone non sono incoraggianti per l'industria nazionale dell'auto. Se per tutta l'industria automobilistica europea i prossimi anni porteranno cambiamenti e sconvolgimenti la Fiat appare nel centro del ciclone. Esaminiamo alcuni dei motivi.

Entro il duemila, secondo un recente accordo fra la Cee e il Giappone, le auto del Sol Levante dovrebbero raggiungere nel vecchio continente circa duemilioni e quattrocentomila unità. Si tratta di un vero e proprio raddoppio rispetto alle vendite attuali e di un attacco al mercato europeo che non lascerà indenne alcuna azienda automobilistica dei paesi Cee ma che riguarderà in parti-

colar modo la Fiat. Finora, infatti, l'azienda torinese ha venduto nel continente soprattutto nei paesi più protetti dalla concorrenza giapponese (Francia, Spagna, Portogallo). Che cosa avverrà quando questa protezione diventerà meno rigida? E che cosa avverrà in Italia dove il mercato dell'industria nazionale è stato già colpito dalla Ford e dalla Volkswagen tanto che la quota Fiat è passata dal 60 a meno del 50 per cento? Una concorrenza temibile quella giapponese, soprattutto sul terreno sul quale la Fiat sta tentando un rilancio quello della piccola cilindrata. I giapponesi, che producono per il loro paese automobili con motori di 660 centimetri cubici, sono grandi maestri nella costruzione della utilitaria. L'accordo già stipulato fra la Suzuki e la Volkswagen per una automobile piccola ed economica europea potrebbe vanificare l'operazione Fiat e rendere più difficile la situazione della nostra industria nazionale. È stato proprio l'autorevole Wall Street Journal a porre il dubbio che molti esperti hanno e che circola dietro la facciata di otti-

mismo anche negli ambienti Fiat. Una delle case automobilistiche Cee, scrive in una lunga inchiesta dedicata al settore, scomparirà. Non sarà né la Volkswagen, né la Opel né la Ford. La Renault sembra la più debole, ma vi sono seri rischi anche per la Peugeot e per la Fiat. Quest'ultima, infatti, sempre secondo il quotidiano, ha problemi di produttività e di qualità. L'automazione e l'esclusione della forza lavoro, da ogni coinvolgimento nel processo produttivo non hanno funzionato. La «mancanza di qualità» del prodotto, denunciata sia pure indirettamente da Romica poco più di un anno fa comincia a diventare luogo comune e ad influire direttamente sulle vendite. Dal rapporto automobilistico 1991, curato dall'AcI e dal Censis, è facile constatare che gli italiani insistono una sempre più spiccata preferenza per le auto straniere ritenute più sicure ed adatte alla famiglia, mentre la Fiat mantiene una sua supremazia nel mercato più ristretto delle auto eleganti e sportive e di lusso. L'inchiesta dell'AcI corrisponde di fatto ad un'altra apparsa sul numero di settembre della rivista francese Action automobile che riportava-

do una classifica di 500 modelli d'automobili divisi per maneggevolezza, comfort, linea e prezzo assegnava i primi posti alla Honda e alla Toyota e il penultimo alla Fiat. Il mercato e le preferenze degli italiani insomma si orientano sempre di più verso le auto straniere e quelle degli europei verso le auto giapponesi. Che cosa risponde la Fiat? Per il momento naviga a vista. Evita di dichiarare lo stato di crisi, non propone drastiche riduzioni di personale, non fa grandi autocritiche e senza interruzione alla cassa integrazione. Segnali non eclatanti, ma chiari di un futuro incerto nel quale le soluzioni potrebbero essere molte. E tra loro, quella che in qualche modo il mancato accordo con la Ford aveva preannunciato e che Vittorio Ghidella alla fine degli anni Ottanta aveva ritenuto necessario. La fusione con un'altra casa automobilistica anche a rischio di rinunciare al marchio Fiat.

MICHELE COSTA

TORINO. Chi ricorda la «marcia dei 40.000»? Quelle migliaia di capi e quadri che nell'80 scesero in piazza contro gli operai in lotta per l'occupazione e ne decretarono la sconfitta? A loro si attribuisce il «miracolo» di aver salvato la Fiat, di aver fatto tornare l'industria dagli utili d'oro, capace di sfornare due milioni di automobili all'anno con meno manodopera. Oggi i «40.000 marciatori» sono caduti nell'oblio. Se ne parla il meno possibile, per vari motivi. La Fiat perde colpi sui mercati, è ridiventata un'industria a rischio. E gli sconfitti di oggi sono proprio loro: i capi e quadri. Saranno soprattutto loro (ma non solo) a pagare il prezzo della nuova fase di ristrutturazione appena avviata. Le due parabole, quella delle fortune aziendali e quella dei quadri, hanno origini comuni. La Fiat ha ottimi manager a vari livelli, ma le scelte strategiche dei vertici di corso Marconi sono appaiono viziate da eccessi di ideologismo e da tardive analisi dei processi reali. La Fiat è stata l'ultima grande impresa dell'auto ad abbandonare un taylorismo spinto, sorretto da

Rischio Fiat/2. Le difficoltà interne Qualità totale L'ultima sfida?

ma ostacolavano un autentico rinnovamento. Il nodo è stato sciolto solo di recente, con i primi esperimenti di «fabbrica integrata»: meno capi, officine autonome organizzate per linee di prodotto anziché per fasi produttive. Il risultato di questo succedersi di strategie è il ritardo rispetto ai competitori (i giapponesi stanno già ripensando la «fabbrica integrata») che si ripercuote su ciò che più conta sul mercato: la qualità del prodotto finale. Tuttavia in corso Marconi hanno ancora essi nella manica: principalmente un punto di pareggio più basso di altre case, sostanziosi aiuti pubblici (i 3.000 miliardi per Melfi sono stati solo l'ultima elargizione assistenziale dello Stato), una serie di accordi internazionali. Queste carte dovrebbero consentire alla Fiat di «galleggiare» fino alla metà degli anni 90, sia pure a cari prezzi per l'occupazione. Non mancherà il lancio di nuovi modelli. Dopo la «Micro» (nome di progetto della 500 «made in Poland» presentata ieri) usciranno nel gennaio '92 l'Alfa 155 (che sostituirà la 75 e sarà fatta a Pomigliano) ed un restyling dell'Alfa 164 (Ares) in aprile un restyling dell'Alfa 164 (Ares) (Pomigliano) ed una nuova motorizzazione della Fiat Croma; in giugno restyling della Tipo (Rivalti, Cassino, Pomigliano) e nel maggio '93 della «nuova Delta» (nel gergo aziendale «nuova» sta per «vetture che sostituirà la...») che sarà fatta a Pomigliano.

Nel gennaio '94 dovrebbe uscire la «Tipo B», che sostituirà la Uno e sarà fatta a Mirafiori, Melfi e Termini Imerese. Per lo stesso anno previsti il lancio dell'Alfa «Futura» (sostituirà la 33 e sarà fatta a Pomigliano), restyling della Dedra, della «nuova Thema» (Rivalti), di versioni elettriche della Panda e della 500 (Mirafiori), del furgone «nuovo Ducato» e di un vettore costruito in collaborazione con la Peugeot a Valenciennes in Francia. Infine per il 1995 sono previste la «nuova Alfa 164» e la «nuova Tempra». Per il 1996 la «nuova Tipo», per il 1996-'97 la «nuova Dedra» e la «nuova Giulietta». Ma sommando i volumi produttivi preventivati per tutti i modelli, non si arriva a due milioni di vetture all'anno. L'apertura di Melfi comporterà quindi chiusura di altre fabbriche: rischiano molto Arese, Chivasso e la stessa carrozzeria di Mirafiori.