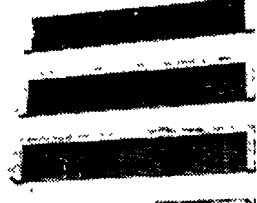


**La scommessa di Agnelli**



Nei piani di corso Marconi la vettura è destinata a bissare il successo della Uno. Un obiettivo ambizioso e niente affatto scontato: la crisi del settore e la costante erosione delle quote di mercato rendono precaria ogni previsione

# La Fiat mette a Punto la riscossa

## Martedì la presentazione della nuova auto scacciacrasi

Per la Fiat è il momento della Punto. Sarà presentata martedì a Torino. Cinque modelli, trenta versioni. Velocità massima 150 chilometri all'ora. Per l'occasione nel capoluogo del Piemonte sono stati organizzati 15 giorni di festeggiamenti. E da corso Marconi molte rassicurazioni: con la nuova auto ci sarà la ripresa, malgrado i segnali negativi del mercato. E dopo la Punto altri 18 nuovi modelli.

regime 7000 lavoratori più 3000 dell'indotto. Mentre in Basilicata, sempre secondo i calcoli di corso Marconi tra lavoro diretto, indotto e terziario saranno creati circa 20.000 posti di lavoro. E la fabbrica dovrebbe sfornare 450.000 veicoli all'anno. La fabbrica sarà integrata, i materiali dovrebbero essere forniti *just in time*, gli uffici saranno direttamente nelle

della, di cui la Punto è solo il primo, fino al 1999, abbandonando la politica del puro restyling. Si è inoltre messo in moto un grandioso lancio pubblicitario. Una festa che a Torino durerà 15 giorni, dal 31 agosto al 12 settembre. Una kermesse nella quale il corso Marconi ha investito alcuni miliardi, ha organizzato, concerti, manifestazioni, mostre. Una celebrazione per la quale arr-

veranno a Torino 15.000 persone tra giornalisti, concessionari e fornitori. Festa, ma non solo. Impegni e promesse, ma non solo. Con il lancio della Punto a Torino la Fiat vuole mandare messaggi molteplici e tutti rassicuranti. Manda a dire a chi teme che la crisi possa coinvolgere in modo ancora più drammatico la più grande industria nazionale che la Fiat ha intenzione di reagire e di reagire in grande. Manda a dire a Torino, una città devastata in questi anni dai processi di ristrutturazione, dalla cassa integrazione e dai licenziamenti della stessa azienda dell'auto che la Fiat non intende smobilitare. La festa e la presentazione della Punto si fanno a Torino - precisano a Corso Marconi - non solo e non tanto perché qui è la sede dell'azienda, ma per-

ché la città è un concentrato di cultura e di capacità tecnica nel campo dell'industria dell'auto che giustamente la collocano tra le capitali mondiali in questo settore. Un messaggio, infine, e sempre rassicurante, a chi ha sperato che con lo stabilimento di Melfi la Fiat confermi ed ampli un impegno nel Mezzogiorno che negli anni passati ha escluso la progettazione e la ricerca e che ora si vorrebbe completo.

Melfi e Termini Imerese: la nuova autovettura nasce con modelli alla giapponese. Successo o boomerang?

Tre incognite: tecnologie, lavoro, mercato

Non è ancora stata battezzata, ma è già un simbolo. Di che cosa? Simbolo della ripresa o simbolo di una sconfitta, che diventerebbe drammatica nel mercato dell'auto italiano ed europeo. La Punto, la nuova auto che la Fiat presenta martedì a Torino, ha assunto man mano in questi mesi di crisi di mercato un valore che va oltre se stessa. Quello di «ultima spiaggia», di «speranza finale».

**RITANNA ARMENI**

ROMA. Non ci sono state ferie per 2500 operai e tecnici di Mirafiori che hanno lavorato per la Punto. Hanno preparato per la solenne presentazione di martedì 30.000 vetture e 60.000 saranno pronte dicembre prima che la produzione si trasferisca dal prossimo anno a Melfi e a Termini Imerese. Hanno prodotto la pre-serie di una berlina lunga 376 centimetri, sette centimetri in più della Uno, più larga di sei e più alta di tre. Saranno allestiti cinque modelli in trenta versioni. La versione 1100 avrà un cambio a sei marce. La velocità non supera i 150 all'ora.

L'ha duramente colpita in questi anni a fine 1993 il mercato dovrebbe contare circa due milioni di vetture in meno del 1992. La casa torinese ha visto il ridimensionamento drastico della sua leadership nel mercato interno: dal 1990 ha perso circa dieci punti. E allora la sfida. Un nuovo sistema di produzione e un nuovo sistema di marketing per riconquistare l'Italia e inseguirsi saldamente in Europa. Il nuovo sistema di produzione è rappresentato dalla fabbrica di Melfi dove la casa torinese ha investito 4600 miliardi, il maggiore investimento europeo degli ultimi 10 anni. E a Melfi - secondo le promesse Fiat - dovrebbero lavorare a

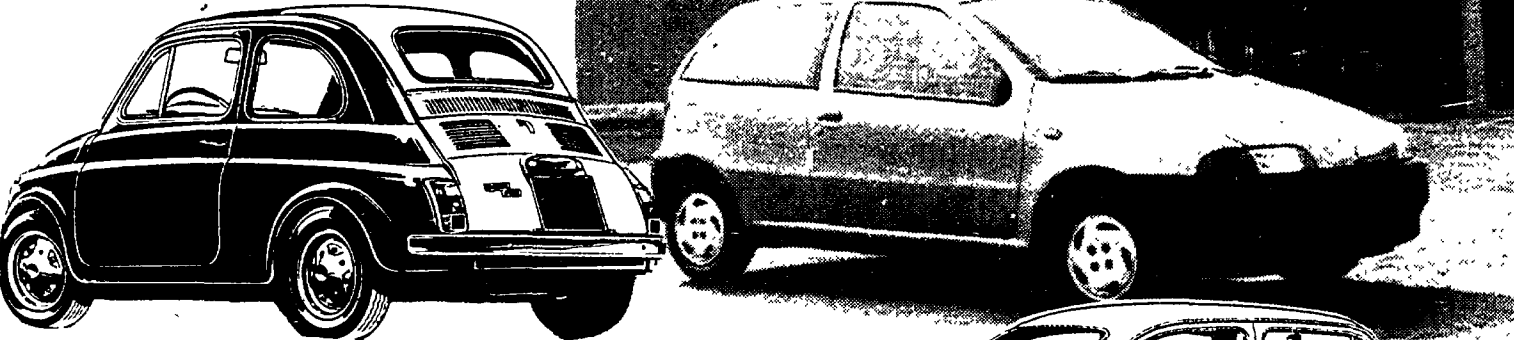
1) FIAT UNO	dal 1983 al 30-6-93	oltre 6.000.000
2) FIAT 127	dal 1971 al 1983	5.330.000
3) FIAT 600	dal 1955 al 1965	oltre 4.000.000
4) FIAT 500	dal 1957 al 1975	3.680.000
5) FIAT PANDA	dal 1980 al 30-6-93	oltre 3.200.000
6) FIAT 850	dal 1964 al 1972	2.865.000
7) FIAT 128	dal 1969 al 1980	2.776.000
8) FIAT 126	dal 1972 al 1991	2.750.000
9) FIAT RITMO	dal 1978 al 1987	2.100.000
10) FIAT TIPO	dal 1988 al 30-6-93	1.700.000

Qui a fianco la Punto, la nuova autovettura con cui la Fiat spera di ripetere i successi di 500, 850, 1100 e 127

Fu grazie alla piccola utilitaria concepita negli anni Cinquanta che si avviò la motorizzazione di massa. Non rimase un successo isolato

# L'italiano si scoprì automobilista con un sogno chiamato 600

Le chiamano «top ten». Sono le dieci auto più vendute della Fiat. Quelle che hanno scandito dagli anni 50 in poi la vita degli italiani. La vettura piccola, ma bella, familiare ed accurata che ha caratterizzato il marchio Fiat nel mercato nazionale ed internazionale. E sono le sorelle della Punto, la nuova auto che sarà presentata fra due giorni a Torino per ripetere, si spera, il successo delle altre.



ROMA. La più anziana delle top ten, i dieci maggiori successi della Fiat, è la 600 nata nell'ormai lontano 1955. È l'auto per la famiglia-tipo. Abbastanza spaziosa, ma economica, la macchina che avvicina il sogno, quello dell'auto di lusso, alla realtà di una famiglia media che in quegli anni ha due o tre figli, uno stipendio non alto e le rate da pagare. La 600 prepara il boom economico degli anni '60 anche se è prodotta nella Fiat dei duri anni '50. Quelli dei licenziamenti dei comunisti, per intenzioni, della caccia al «rosso» nei reparti di Lingotto e di Mirafiori, della sconfitta della Fiat nella elezione della commissione interna.

Ma dal '54 al '57 l'azienda di Torino assume anche ben 18.000 lavoratori che producono quel pezzo di sogno diventato realtà che è la mitica 600. Tecnicamente sbagliata - è di un anno e mezzo - con quel suo motore posteriore ed il raffreddamento ad acqua con il radiatore dietro l'abitacolo, ma la Fiat di Valletta in dieci anni ne vende oltre 4.000.000. Invade l'Italia, percorre le prime autostrade, conduce alle prime, primissime vacanze di massa, rende tangibile il piccolo benessere, di ragioniere, operai specializzati, impiegati e casalinghe.

800.000 lire la 850 e in otto anni (la produzione dura dal '64 al '72) vende 2.865.000 unità. Alla vigilia dell'autunno caldo, nel 1969, è la volta della 128. La Fiat ci ha puntato molto e ha organizzato uno straordinario lancio pubblicitario. Dovrebbe rimpiazzare la gloriosa 1100. E salvare l'immagine della Fiat messa in crisi dall'autunno caldo, dagli operai che fermano le linee, chiedendo per la prima volta aumenti uguali per tutti. Corso Marconi mette sul mercato un'auto più preziosa. Il prezzo è sempre contenuto: è vero, le dimensioni sono ridotte, ma le prestazioni sono più elevate, si introducono dei ritrovati per la sicurezza. E c'è finalmente la trazione anteriore, già raggiunta a dire il vero dalla Citroën, la Ford e la Renault.

Un successo che si spiega in molti modi. Trasporta cinque passeggeri, nell'Italia dell'esplosione delle autostrade arriva a 135 chilometri all'ora. La 127 - dicono molti osservatori - salva la Fiat che grazie alle straordinarie vendite che durano fino al 1983 riesce a sopravvivere ad uno dei periodi più bui e più duri della sua storia. Quelli segnati dallo choc petrolifero del 1973, dalla crisi del gruppo dirigente, dall'indebitamento che raggiunge nell'80 i 6873 miliardi di lire.

È non solo da questo. Sono gli anni della crisi dell'auto come ricorda Romiti in un libro-intervista di Paolo Pansa. Anni in cui la sinistra, il movimento operaio al culmine della sua forza cerca di ribaltare vecchi equilibri, vecchi modi di produrre. Vi era un clima, ricorda l'amministratore delegato della Fiat a proposito di quegli anni che montava nel paese, che faceva dire: basta con l'automobile, basta con la cultura dell'auto, la Fiat si riconverte, lascia se mai degli ospedali, infrastrutture varie.

La Fiat ci arriva per ultima, ma dimostra ai concorrenti di non essere da meno. La produzione della 128 andrà avanti fino al 1980, altra data importante per l'azienda e gli operai torinesi, ma nel frattempo, nel 1971, nasce una utilitaria super, la 127. La logica che la ispira è quella della lotta alla concorrenza. Alla Escort della Ford e alla Kadett della General Motors soprattutto che hanno invaso il mercato italiano. Ma anche alla 128 e la 850. Insomma la Fiat diventa concor-

primo volta Corso Marconi affida il progetto del corso vettura per un modello prodotto in grande serie ad uno stilista esterno. La Panda è firmata Giugiaro, fa 17 chilometri con un litro di benzina, può raggiungere nel modello 45 i 140 all'ora. Il nome è quello dell'animale preso a simbolo dal WWF. Si ammiccia a corso Marconi alla recente moda ambientalista. La vettura costa poco, consuma poco, rispetta la natura e l'ambiente, è moderna e funzionale.

Intanto negli stabilimenti Fiat comincia la svolta. 24.000 cassintegrati nell'ottobre 1980, l'inizio di un drastico ridimensionamento degli organici dell'azienda e l'inizio dell'illusione di possibilità fare a meno degli uomini. Soprattutto quando sono scomodi e sindacalizzati. Cominciano gli anni della cassa integrazione a singhiozzo, ma perpetua, della graduale, ma inesorabile erosione delle conquiste operate negli anni '70. E nel pieno della svolta (e, per ammissione della stessa Fiat, dell'illusione tecnologica) nel 1983, nasce la Uno. Se per montare la Ritmo occorrevano 9 ore di lavoro per la Uno ne bastano sette. Se per costruire 100 Ritmo occorrevano 180 operai per costruire la Uno ne occorrono meno di 120.

La utilitaria, insomma, è un successo e la Fiat insiste. Questa volta, solo due anni dopo, è 500. È il 1957, ma ci vorranno tre anni perché la piccola e povera auto venga capita dagli italiani. All'inizio fa una brutta

impressione col suo motorino a due cilindri, i suoi 70 chilometri orari, i suoi due posti e 70 chili di bagaglio. Ma in tre anni cambia la 500 e velocemente cambia anche il paese. È l'Italia «affluente» che compra le 3.680.000 vetture vendute, l'Italia che comincia a conoscere l'ebbrezza della seconda auto per la moglie, ma anche la prima per il giovane e la giovane che vivono la città, per i figli di buona famiglia che vanno all'università.

La 500 muore nel 1975, ma rinasce nel 1991. Nel frattempo in Italia sono avvenute molte cose. E molte ne sono avvenute alla Fiat. C'è stata la rivolta e la sconfitta operaia, c'è stata l'esplosione della competitività internazionale e c'è - a sentire gli industriali - ormai un costo del lavoro troppo alto. Così la Fiat va a produrre la nuova 500 in Polonia.

Ma torniamo agli anni '60 e più esattamente al 1964 quando, un anno prima di togliere dal mercato la 600, la Fiat lancia «la vettura di attualità», e presenta il 6 maggio la 850. L'azienda torinese è molto in ritardo. Doveva presentarla nel 1962, ma non ce l'ha fatta e sono in molti a rimproverarla di aver consentito con le sue lentezze l'ingresso delle auto straniere in Italia. Ed ecco che la 850, figlia della 600 ma tanto diversa dalla madre, si presenta come auto «antiMec», quella che deve sconfiggere, grazie ad un prezzo inferiore la Simca e la Opel Kadett che si sono imposte sul mercato nazionale. Costa poco più di

che ammette lo stesso Ghidella «non si può costringere l'operaio a produrre di più di quanto non faccia oggi». E in effetti proprio con il lancio della Tipo in collegamento televisivo con tutto il mondo la Fiat celebra anche il suo trionfo sugli operai e sul sindacato. Gli operai che sembrano un'appendice dei robot, il sindacato che l'industria torinese vorrebbe ridurre a rango di consulente.

Da allora, dal 1988, sono passati solo 5 anni, ma sembrano molti di più. È finito il sogno tecnologico, l'illusione di sostituire gli operai con le macchine. Ed è iniziato quello della fabbrica integrata, degli operai omogenei e allineati alla linea aziendale. La concorrenza giapponese ed internazionale comincia a farsi sentire, il mercato nazionale è ancora fortissimo ma si sente qualche scricchiolio. La Fiat con la Tipo punta ancora sull'automazione e sul robot per-

più intenzione di mantenere i numeri e i tempi delle assunzioni. Le aziende fornitrici ancora non ci sono. E se lo sono non sono pronte. Il accanto allo stabilimento madre, per fornire le componenti dell'auto come si fa a parlare di 3000 assunzioni dell'indotto e soprattutto come si fa a far funzionare la fabbrica integrata il cui pilastro è appunto il «just in market». Da corso Marconi mentiscono subito e categoricamente le voci di un eventuale ridimensionamento dei progetti Fiat. «L'installazione - dicono - è avvenuta secondo le tempistiche previste e senza ritardi, nonostante la complessità tecnologica dello stabilimento e la sua dimensione». E precisano ancora che il costo dell'impianto «è stato interamente sostenuto dalla Fiat, in contrasto con le assicurazioni fornite dalla pubblica amministrazione, che fino ad ora non ha erogato alcun finanziamento, né alla Fiat né alle aziende del comprensorio fornitoro. Ciò ha determinato peraltro, presso queste ultime - conclude corso Marconi - dei ritardi che tuttavia non pregiudicano l'avvio della produzione secondo le logiche del *just in time*».

L'altra scommessa è con i lavoratori. Diventeranno giapponesi? La nuova Punto sarà prodotta da operai, tecnici, impiegati, che a parte la fascia gialla sulla testa, assomigliano in tutto e per tutto ai loro colleghi del Sol Levante? Corso Marconi punta su questo per la produzione della nuova automobile. Per questo ha investito in lunghi corsi di formazione, come mai sono stati fatti. Corsi di formazione non solo tecnici, ma nei quali si insegna la forza aziendale, si cerca di trasmettere modelli ed ideologia. Per questo ha voluto lavoratori giovani, anzi giovanissimi, terreno vergine, privi di una cultura industriale e sindacale, di qualunque idea del conflitto, entusiasti, pronti a dare l'anima per l'azienda. Per ora hanno un contratto integrativo che prevede due milioni e mezzo in meno dei loro colleghi del Nord e sei giorni di lavoro alla settimana in tre turni di otto ore al giorno. Lavoro notturno per tutti, anche per le donne. Ma a Melfi si attende con fiducia e molta speranza. Fino a quando? La Fiat riuscirà a mantenere con i giovani lavoratori di Melfi quei rapporti che ha cercato di instaurare con costosissimi corsi di formazione? Ecco la terza scommessa di corso Marconi, avanzata con il lancio della Punto. Forse la più sottovalutata sicuramente non la più facile da vincere.

