

◆ *Stasera al Lingotto la cerimonia
presenti Ciampi e D'Alema
e un «parterre» d'eccezione*

◆ *E domani verrà presentata
ufficialmente la nuova Punto
con il restyling del marchio*

Dopo un secolo di Fiat la scommessa del futuro

Agnelli: «Carte in regola per il 2000»

PAOLO BARONI

MILANO Una grande festa come si conviene per la più grande azienda privata italiana che compie 100 anni. E per l'occasione questa sera al Lingotto di Torino, per celebrare il primo secolo di vita della Fiat, saranno presenti sia il presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi, sia il presidente del Consiglio Massimo D'Alema accompagnato dai ministri Bersani e Fassino. In platea, oltre a industriali, banchieri e finanziari, ai segretari di Cgil, Cisl e Uil e naturalmente i vertici della società e la famiglia Agnelli al gran completo, ci saranno poi anche i presidenti di Camera e Senato, Violante e Mancino e gli ambasciatori dei paesi in cui il gruppo è presente. In tutto gli invitati saranno 3mila, 1.200 i giornalisti accreditati. Previste misure di sicurezza rigorosissime.

Al Lingotto i colori della festa saranno il bianco ed il blu, ovvero i colori del nuovo marchio della casa, dove la scritta Fiat campeggia in campo blu circondata da una corona d'alloro, marchio che farà il suo debutto sulla nuova «Punto». Su questo modello, che sarà

ANNUNCIO RINVIATO

Cantarella:
«Le alleanze non
si annunciano
perché c'è il
centenario, ma
quando ci sono»

presentato ufficialmente domani, la casa di Torino si gioca molto del suo futuro. Il successo della Punto del 2000 sarà infatti determinante per arrivare ad una eventuale futura alleanza con un altro costruttore da posizioni di forza. Perché, come ha ricordato più volte l'avvocato Agnelli, «la Fiat ha le forze per fare da sola, ma non lo può fare all'infinito».

Quella di oggi, comunque, non dovrebbe essere l'occasione di grandi annunci: «gli annunci non si fanno perché c'è il centenario», ha spiegato giovedì l'amministratore delegato Paolo Cantarella - ma quando si sono raggiunti gli accordi. Piuttosto sarà l'occasione per ritornare con la memoria alla storia Fiat di quest'ultimo secolo.

Ieri in una intervista al giornale di famiglia, la *Stampa*, Giovanni Agnelli ha ripercorso i momenti più significativi della storia del gruppo: il rapporto col fascismo, le vicende del dopoguerra, gli anni del boom, l'autunno caldo, la marcia dei 40mila, fino all'era della globalizzazione. Con orgoglio, poi, ha sottolineato «l'apporto dato dalla Fiat alla crescita economica, sociale e civile del Paese». A suo parere oggi la società, grazie a un gruppo dirigente di grande professionalità, «ha le carte in regola per svolgere un ruolo importante anche nel nuovo secolo».

Fondamentale però è non avere fretta e continuare a sviluppare il proprio core business. È in questa ottica che al Lingotto inquadrano le ultime mosse: le acquisizioni della Casa da parte di New Holland, quella della Pico da parte del Comau e l'accordo con la Mitsubishi per la produzione di un fuoristrada siglato mercoledì scorso.

Per quanto riguarda i festeggiamenti, la serata si aprirà con un filmato che ripercorrerà le tappe della casa automobilistica a cui farà seguito l'intervento di Agnelli. Poi sarà la volta di un rappresentante dei lavoratori e del saluto delle autorità locali. Infine l'intervento del presidente del Consiglio, Ciampi, invece, non prenderà la parola e lascerà il centro congressi poco prima dell'inizio della cena di gala.

Per l'occasione il menù è la

carta dei vini sono stati suggeriti personalmente l'Avvocato che ha insistito perché la tavola alludesse il più possibile alle radici piemontesi dell'evento. «Terra, mare e cielo» questi, riprendendo uno slogan pubblicitario degli anni Venti, i pilastri della cena. Dopo un risotto, gli invitati assaggeranno un piatto a base di rombo, accompagnato da un bianco Chardonnay. Seguirà l'anatra inaffiata da Barolo Bricco Rocche del '95 e, infine, una torta di crema di colore azzurro servita con Mo-



scato d'Asti. Al termine uno spettacolo dei «Momix» e la prima apparizione pubblica della nuova Punto.

Oggi ci sarà anche il «Family day», la festa popolare organizzata per unire idealmente dipendenti e familiari del gruppo di tutte le sedi del mondo. Festa grande, ma non per i dipendenti della Teksid Ghisa di Carmagnola che sempre oggi distribuiranno volantini preoccupati per il futuro del loro stabilimento.

ANGELO FACCINETTO

MILANO «Torino, che continua ad essere città industriale ed operaia, troverà il suo futuro se saprà rinnovare questo suo patrimonio, se saprà conciliare sviluppo e grande impresa». Alla vigilia delle celebrazioni per il centenario Fiat, il segretario della Cgil Piemonte, Pietro Marcenaro, parla delle prospettive della città e del suo rapporto con l'industria dell'auto.

Cent'anni di Fiat hanno plasmato la città, ne hanno condizionato lo sviluppo. Un secolo fa l'automobile era un prodotto simbolo del progresso. Ora, al volgere del millennio, il panorama è mutato. L'auto è un prodotto maturo e ingombrante. La Fiat punta sempre più sui paesi (e sui mercati) emergenti, anche per quel che riguarda la produzione. Che futuro pensa ai prospettati per Torino e per l'Italia dell'auto?

«Partirei da due dati, dall'andamento dell'export e dall'import dell'auto e dei suoi componenti negli ultimi vent'anni. Nel 1978 l'Italia vantava, nella bilancia dei pagamenti dell'autoveicolo, un attivo di 2.667 miliardi. Nel '98, a moneta costante, il saldo era negativo per 18.409 miliardi. Ciò significa che nel corso di questi vent'anni, da esportatore netto, il nostro è diventato un paese importatore netto di autoveicoli. E l'automobile rientra nelle prime cinque voci del passivo della bilancia dei pagamenti. Contemporaneamente i componenti per autovei-

coli, che vent'anni fa facevano registrare un attivo di 2.362 miliardi, l'anno scorso hanno raggiunto un più 9.027 miliardi. Questi dati sono importanti, spiegano che cosa è oggi l'industria dell'automobile. In Italia, in particolare, a Torino dove si concentra gran parte della produzione della componentistica».

Le ragioni della trasformazione? «Sono diverse. È cambiata anzitutto l'automobile, che oggi, con le sue apparecchiature elettroniche, è molto diversa da com'era vent'anni fa. E si è registrato uno spostamento nelle missioni aziendali. I produttori finali sono diminuiti, i componentisti sono aumentati. Risultato, l'Italia ha accresciuto la sua capacità di esportazione nel settore della componentistica, mentre ha visto cambiare radicalmente la sua posizione per quel che riguarda la produzione finale».

Cosa ha significato per l'occupazione?

«Nell'ultimo decennio si è registrata una drastica riduzione degli occupati nel settore finale, cioè in Fiat Auto, mentre il trend nella componentistica è molto diverso. Tanto che oggi in Piemonte gli occupati in questo settore superano nettamente per numero i loro colleghi adibiti alla realizzazione prodotto finale. Questo è il primo grande cambiamento. Ma questo

fenomeno è stato anche accompagnato da un processo di riorganizzazione dei modelli produttivi che, negli ultimi dieci anni, ha provocato un forte cambiamento nel rapporto Fiat-fornitori».

Le conseguenze di questo processo?

«L'Italia è diventata negli ultimi anni un paese importatore di autovetture»



Cosa ha significato - dal punto di vista industriale, ma anche sociale - per la città?

«Ha determinato, via via, il passaggio di Torino da città della Fiat a città dell'auto. Si è cioè consolidato un sistema industriale che - pur continuando ad avere forti relazioni con la Fiat - fa di questa città, oggi più di ieri, una delle capitali mondiali dell'automobile. Perché c'è la Fiat, naturalmente. Perché c'è la componentistica. E perché sono sviluppate e consolidate tante altre attività contigue al prodotto automobile. Dalla meccanica di precisione al design. È qui il nucleo fondamentale dell'industria torinese e piemontese».

Intanto la Fiat sta affrontando la globalizzazione. Di cosa ha bisogno un'azienda impegnata su questo terreno?

«Una delle condizioni per una politica di globalizzazione che abbia successo, che punti a competere sulle fasce alte del mercato, sta nell'affondare le radici in uno sviluppo locale qualitativamente avanzato. Perciò è necessaria un'assunzione di responsabilità da parte della grande impresa rispetto al territorio, al suo sviluppo. Anche perché oggi, a differenza del passato, parlare di politiche a sostegno di iniziative di sviluppo non significa più parlare soltanto di politiche statali».

Cosa significa sviluppare questo sistema industriale? «Tante cose. Ma uno degli aspetti fondamentali sta nello sviluppo delle strutture. Che a Torino vuol

dire sviluppo di un terziario che sia fortemente intrecciato con l'esperienza industriale».

Cambia l'industria, cambiano gli scenari internazionali. Come cambia il lavoro?

«Finisce, in questo contesto, l'idea del lavoro comune, non qualificato, perché dal punto di vista delle prospettive produttive c'è bisogno di un lavoro più qualificato. Ma c'è anche un altro punto. In passato abbiamo conosciuto una situazione nella quale il lavoro non qualificato si associava alla relativa stabilità dell'impiego. Oggi questo binomio sta finendo. Anche gli scioperi di questi giorni a Mirafiori, portano l'attenzione su questi temi. Il lavoro comune si associa a instabilità, incertezza, precarietà. Non c'è altra possibilità per ricostruire una nuova prospettiva di sicurezza che uscire dal lavoro comune. Nel contempo il nuovo sistema industriale potrà svilupparsi se, accanto alla qualità della capacità organizzativa, saprà tendere ad una qualità nuova del lavoro. Uno dei punti essenziali, in questo quadro, è costituito dalla qualità dei processi di terziarizzazione ed esternalizzazione. Le soluzioni possibili sono diverse. Possono essere orientate a logiche di risparmio, con la formazione di imprese marginali, come possono essere orientate a far nascere imprese di buona qualità. Oggi, nella realtà torinese, ci sono esempi dell'uno e dell'altro tipo. Per un sindacato che guardi la testa sul collo si tratta di abbattere nel merito, senza posizioni pregiudiziali».

L'INTERVISTA ■ PIETRO MARCENARO, segretario Cgil Piemonte

«Torino non è più la città di un'auto sola»



Il presidente della Fiat Paolo Fresco, Giovanni Agnelli e l'amministratore delegato della società torinese Paolo Cantarella

Ansa

MINI STORIA DI CENTO ANNI

La storia della Fiat si identifica in larga misura con la storia dell'economia italiana e dello sviluppo industriale del Paese. È ovviamente anche la storia dell'industria del Novecento e per certi versi del sindacalismo italiano. È anche una storia fatta di tecnologie, di una vasta e diversificata serie di produzioni e di successi (e a volte insuccessi) commerciali.

GLI ALBORI La Fiat (Fabbrica Italiana Automobili Torino) venne fondata nel 1899 da un gruppo di investitori - tra cui Giovanni Agnelli - che seppero approfittare del fermento creativo e del clima sociale favorevole che caratterizzava in quegli anni Torino: città che fin da allora si presentava come laboratorio di innovazioni, soprattutto nel campo dell'industria. Le vetture Fiat si qualificarono all'inizio come prodotti di lusso destinati a una élite di consumatori.

L'AMERICA Fin dagli esordi, la Fiat aprì agenzie di vendita e creò impianti di produzione all'estero: ne è esempio la fabbrica di Poughkeepsie, inaugurata negli Stati Uniti nel 1909. Nel frattempo, l'azienda ampliava anche il campo di attività: dalle auto agli autocarri, dai trattori ai treni, dai motori marini agli aerei. Ciò rientrava nella strategia di Giovanni Agnelli che pensava di potenziare la struttura produttiva.

IL LINGOTTO Nacque così il progetto del Lingotto, il maggior complesso automobilistico della sua epoca in Europa, entrato in funzione nel 1922. Un progetto guidato da una precisa intenzione di trasformare l'automobile, da prodotto di élite, a bene accessibile ad un pubblico sempre più vasto di consumatori. Questo, grazie ai nuovi principi di organizzazione aziendale, basati sull'impiego della linea di montaggio.

LA BALILLA Venne realizzata, nel 1932, la Balilla, prodotta in 113.000 unità e, nel 1936, la Fiat 500 (la mitica Topolino), la più piccola utilitaria del mondo, progettata da Dante Giacosa e prodotta complessivamente in 519.000 unità dal 1936 al 1955; modelli destinati a rilanciare l'auto in Italia e a innescare il processo di motorizzazione di massa.



Una immagine d'epoca della Fiat 4 HP; a lato, fucinatura di un albero motore alla Fiat Lingotto; sotto la Punto



IN UN SECOLO LA FIAT	
Ha prodotto:	80 milioni di autovetture
	5 milioni di veicoli industriali
	2,5 milioni di trattori
	400 mila macchine movimento terra
	20 milioni di motori diesel
Ha occupato:	850 mila lavoratori
Ha fatturato:	2 milioni di miliardi di lire (attuali)



VALLETTA Dopo la crisi della guerra e dopo la morte di Giovanni Agnelli, l'espansione fu portata avanti dal nuovo presidente Vittorio Valletta. Espansione resa possibile anche dallo stabilimento di Mirafiori, inaugurato nel 1939 con l'intento di consentire un ampliamento della produzione. Valletta era convinto che l'Italia avesse davanti a sé un'enorme prospettiva di crescita industriale (convincione portata avanti negli anni Cinquanta non senza ricorso a dure forme di repressione sindacale). Con le piccole Seicento e Cinquecento l'auto diviene un bene ambito dalle masse. Sulla scia di questo successo più tardi nasceva la 850 (circa 3 milioni di esemplari), e poi la 127.

GIANNI AGNELLI Nel 1966 Giovanni Agnelli, nipote del fondatore, diveniva presidente della società, avviando una serie di iniziative che ne rafforzano la presenza internazionale. Allo stesso anno risale infatti l'accordo Fiat-URSS per Togliattigrad. La Fiat diffondeva i suoi impianti industriali nel Mezzogiorno d'Italia, in Polonia, Russia, Brasile, oltre che nel 1986 Fiat Auto acquisiva l'Alfa Romeo e le sue consociate. Dall'inizio degli anni '90 si accentua l'esigenza di ampliare la sfera di azione, dando vita a modelli progettati per un mercato più vasto e più competitivo. Concetto strategico che trova forma e sostanza nella Punto, lanciata nel '93, pensata come vettura media europea.

CRISI E INNOVAZIONE Gli anni '70 (caratterizzati dall'arrivo di Cesare Romiti) sono quelli della crisi e della durissima ristrutturazione. Si puntava sull'innovazione di prodotto e di processo, che doveva portare - attraverso il supporto di una sempre crescente automazione - a un nuovo modo di «fare l'auto». È la Uno, presentata nel 1983, a rappresentare la svolta, perché racchiude un concentrato di innovazioni: nell'elettronica, nella scelta di materiali alternativi. La strategia di rinnovamento si estende poi anche alle politiche industriali: nel 1986 Fiat Auto acquisiva l'Alfa Romeo e le sue consociate. Dall'inizio degli anni '90 si accentua l'esigenza di ampliare la sfera di azione, dando vita a modelli progettati per un mercato più vasto e più competitivo. Concetto strategico che trova forma e sostanza nella Punto, lanciata nel '93, pensata come vettura media europea.

