



€ conomi a

LAVORO MERCATI RISPARMIO

LA BORSA

MIB	1072+0,093
MIBTEL	25.414 -0,047
MIB30	36.276 -0,134

LE VALUTE

DOLLARO USA	1,012	-0,008	1,020
LIRA STERLINA	0,652	0,005	0,657
FRANCO SVIZZERO	1,607	0,000	1,606
YEN GIAPPONESE	123,820	-0,840	124,660
CORONA DANESE	7,436	0,000	7,436
CORONA SVEDESE	8,717	-0,009	8,707
DRACMA GRECA	324,870	-0,330	325,200
CORONA NORVEGESE	8,107	-0,007	8,114
CORONA CECA	36,273	-0,056	36,329
TALLERO SLOVENO	196,298	-0,123	196,421
FIORINO UNGHERESE	248,680	-0,500	249,180
SZLOTY POLACCO	3,969	-0,015	3,985
CORONA ESTONE	15,646	0,000	15,646
LIRA CIPRIOTA	0,577	0,000	0,577
DOLLARO CANADESE	1,496	-0,003	1,500
DOLL. NEOZELANDESE	1,930	-0,002	1,932
DOLLARO AUSTRALIANO	1,529	0,000	1,528
RAND SUDAFRICANO	6,190	-0,011	6,201

I cambi sono espressi in euro.
1 euro= Lire 1.936,27

La sfida della Fiat per il Duemila

Ecco la nuova Punto. Cantarella: puntiamo a 4 milioni di auto all'anno

DAL NOSTRO INVIATO
PAOLO BARONI

TORINO Nel primo giorno del suo secondo secolo di vita la Fiat volta di nuovo pagina. E lo fa con una vettura, la Punto, destinata a confermare la leadership del gruppo di Torino nel segmento delle utilitarie. La scommessa dei vertici del Lingotto è scritta in due cifre: almeno 6-700mila nuove Punto da vendere ogni anno, e una produzione complessiva di 4 milioni di auto (contro i 2,35 attuali) da raggiungere entro il 2005. Alla Borsa questa scommessa piace e il mercato, in una giornata fiacca, premia i titoli di Torino con un brillante +2,93%.

«La Fiat - ha spiegato ieri mattina l'amministratore delegato del gruppo Paolo Cantarella davanti a 1220 giornalisti di 66 paesi - entra nel suo secondo secolo di vita e riprende quella corsa e quell'avventura industriale che cominciarono un secolo fa qui a Torino. E per aprire questo nuovo capitolo non c'è modo migliore di presentare il frutto più recente del nostro mestiere, di quel sapere fare automobili che è degli uomini Fiat». Il lancio della nuova auto e l'anniversario appena celebrato caricano il gruppo di responsabilità ancora maggiori: ci misuriamo col mercato - afferma il numero due del Lingotto - ma anche con la nostra storia. La convinzione è, ovviamente, quella di avere centrato ancora una volta il bersaglio. «Questa è l'auto che tragheterà la Fiat verso il nuovo millennio - aggiunge

SCOMMESSA IN CIFRE
Almeno 6-700mila nuove Punto da vendere ogni anno per il rilancio

Il presidente onorario della Fiat sen. Giovanni Agnelli e sotto Paolo Cantarella accanto alla nuova Punto



Daniel Dal Zennaro/Ansa

Cantarella - che ci consentirà di crescere ancora» di continuare a portare avanti il rinnovamento del gruppo.

Una trasformazione che si muove lungo quattro direttrici: concentrazione sui core business industriali e di servizio, gestione del portafoglio, globalizzazione, estensione della catena del valore. «Ora - spiega Cantarella - dobbiamo rafforzare e portare a livelli di leadership il business del gruppo. Anche attraverso una gestione molto dinamica del portafoglio». Che fino ad oggi si è tradotta nell'offerta lanciata da New Holland sull'americana Case, che farà na-

scere un leader mondiale nelle macchine agricole ed il terzo produttore di macchine per costruzioni; nella joint-venture tra Magneti Marelli e Bosh nel campo delle tecnologie per illuminazione; nell'acquisizione da parte del Comau, oggi leader globale nelle tecnologie per la produzione di auto, di Pico, Sciaky e delle attività della Renault Automation; per non dire della Teksid divenuta il numero uno dei prodotti metallurgici per l'industria dell'auto.

«Tutto questo, naturalmente - avverte Cantarella - non significa minor interesse per l'auto». Anzi. Fiat sta facendo di tutto per farla

crecere. E come ha spiegato a sua volta l'amministratore delegato di Fiat Auto, Roberto Testore, punta da subito a riconquistare «quote di mercato per noi tradizionali», ovvero il 40% del mercato interno, mentre per quanto riguarda il medio termine l'obiettivo è quello di salire a quota 4 milioni di auto prodotte di qui al 2005 scommettendo tutto sulla validità dei propri prodotti e su una presenza di mercato e produttiva che si estende all'Europa dell'Est al Sud America, dall'Egitto sino alla Cina.

«L'auto è il nostro core business fondamentale - ricorda ancora Cantarella - e stiamo facendo di tutto per farla crescere: lavoriamo molto sui prodotti in tutti i segmenti, e sui nostri marchi; entro il 2002 lanceremo sul mercato in media quattro nuovi modelli all'anno. L'obiettivo è quello di por-

re la Fiat al vertice della produzione mondiale, migliorando la quota di mercato nei paesi evoluti e cogliendo le opportunità di crescita di quelli emergenti» a cominciare dal Brasile (dove si punta a vendere ben 600mila auto l'anno) e dalla Cina il cui mercato sembra alla vigilia di un possibile boom. «E sia per quanto riguarda le alleanze, o più semplicemente per nuovi progetti industriali o per prodotti di nicchia, se si presenteranno occasioni favorevoli - assicura - non ce le faremo scappare». Nuovo matrimonio in vista? «Per ora no - taglia corto l'amministratore delegato della Fiat - abbiamo avviato tanti buoni accordi, per ora ci concentriamo per gestire bene queste intese». «Facciamo da soli - aggiunge Testore - potendo contare su un piano di investimenti che tra il 1998 ed il 2002 as-

sorbirà ben 10 miliardi di euro». Un gruppo così ridisegnato, nelle parole e nei progetti dei suoi top manager, è un gruppo sempre più competitivo e sempre più globale. Che punta molto sulle attività in grado di fornire un maggiore valore aggiunto nei vari business, a cominciare dai servizi finanziari e assicurativi. Tutte aree che non solo non presentano limiti di sviluppo e che hanno il pregio di essere molto meno sensibili ai cicli di mercato rispetto ai prodotti.

Quello che è in atto è insomma «un cambiamento vasto e profondo» - conclude Cantarella - che ci porterà a doppiare il traguardo del Duemila con un profilo molto diverso da quello del passato». Quanto alla Punto, questa è l'auto «simbolo del cambiamento, un'auto con la quale vogliamo entrare di slancio nel futuro».

E l'utilitaria è diventata un minisalotto

Cambio a 7 marce, doppio servosterzo

DAL NOSTRO INVIATO

TORINO Nuova di nome e di fatto. La Punto, rispetto alla sorella maggiore, conserva praticamente solo il nome e una infinitesima parte di componenti. Basti pensare che l'80% dei pezzi della nuova vettura presentata ieri a Torino (e sul mercato da settembre) è di nuova produzione, in pratica 3.600 componenti sui 4.500 totali. Inoltre, per riconfermare la leadership nel segmento «B», quello presidiato da sempre da Fiat fin dai tempi della 600, la nuova vettura (che ha richiesto 700 milioni di euro di nuovi investimenti) è stata dotata di tutte le possibili innovazioni tecnologiche ed elettroniche, dai freni Abs-Ebd sino al navigatore satellitare e al cambio sequenziale a 7 marce del modello 1800-16v.

Molti (e notevoli) i miglioramenti apportati alla vettura, sia in termini di comfort di guida, che di abitabilità, di sicurezza e di economicità di gestione. Interessanti anche i prezzi a cominciare da quello «di attacco»: 18 milioni.

«Di fatto le vetture sono due», ha spiegato ieri mattina l'amministratore delegato di Fiat Auto Roberto Testore, tanto diverse sono una dall'altra la versione tre porte

(molto giovane e informale, con un frontale molto aggressivo) e la 5 porte, i cui plus sono la spaziosità, la luminosità ed il comfort. Molto differenti anche i posteriori dei due modelli, con gli originali gruppi ottici verticali che nella tre porte sono sporgenti e danno l'effetto di una gemma incastonata nella vettura, mentre nella versione superiore sono inglobati nella carrozzeria, resa più sporgente per consentire una maggiore capacità di carico.

Volanti non grafica, funzione non decorazione: questa la filosofia seguita dai progettisti. Lunga 3 metri e 83, alta 1,48 e larga 1,66, la Punto viene presentata con 5 diverse motorizzazioni: 1200 cc a 8 e 16 valvo-

le, 1800 sedici valvole, 1900 diesel e 1900 Jtd common rail) e sei allestimenti (base, SX, ELX, HLX, Sporting e HGT). Due i cambi meccanici a 5 e 6 marce, un cambio sequenziale e automatico assieme a 6 o 7 rapporti. Sempre per restare alla meccanica



PREZZO D'ATTACCO
Si parte da 18 milioni
Forti differenze tra la versione a tre porte e quella a cinque

largo impiego di nuovi materiali, mentre i vani portaoggetti sono stati moltiplicati sino a quota 26. Sempre per restare nell'abitacolo da segnalare il coefficiente di abitabilità (86,4%) che colloca il modello a 5 porte al vertice della categoria. Così come avviene per il bagagliaio la cui capienza è di 297 litri. Quanto alla strumentazione, la climatizzazione è particolarmente efficace, mentre la dotazione telematica (firmata Blaupunkt) tocca il suo massimo nel navigatore satellitare, nel Cd-changer inserito nella plancia e in un impianto di amplificazione da sei altoparlanti con un sub-woofer da 100 watt.

Quindici in tutto i colori (6 pastello e 9 metallizzati), ricchissima la gamma di servizi finanziari e assicurativi (ben 11) di «Targa Services», tre gli stabilimenti di produzione (Mirafiori, Termini Imerese e Melfi).

La Punto 2000 è insomma, «una compatta di classe superiore» per usare le parole di Testore, un punto di riferimento, e «grazie all'entusiasmo che tutta la squadra di Fiat auto ha messo nella punto, la degna erede di cento anni di storia della Fiat».

IL CASO

Usa e Canada vincono la «guerra della carne»

L'Europa ha perso la guerra della carne. Al termine di una lunga disputa commerciale, la commissione indipendente dell'Organizzazione mondiale per il Commercio (Wto) ha stabilito che gli Usa e il Canada possono legittimamente applicare il 100% di sanzioni su importazioni di prodotti europei per 124 milioni di dollari (235,6 miliardi di lire). La commissione ha riconosciuto agli Usa danni per 116 milioni di dollari l'anno e al Canada per 11 milioni di dollari l'anno, derivanti dal divieto di importazione nell'Unione Europea di carne nordamericana trattata agli ormoni. Alla diffusione della notizia, l'Unione Europea ha cercato di parare il colpo. «Siamo lieti - ha detto un rappresentante dell'Ue - che la commissione abbia preso in considerazione i nostri punti di vista. Ora ci auguriamo che gli Stati Uniti seguano la linea della compensazione». Gli Stati Uniti cantano invece vittoria. Charlene Barshefsky, rappresentante permanente degli Usa presso il Wto, ha annunciato che gli Usa applicheranno immediatamente dazi punitivi per 116,8 milioni di dollari su beni esportati dall'Unione Europea. «L'Ue - ha detto la Barshefsky - deve pagare il prezzo dovuto. E soprattutto deve capire che questo è il risultato della sua mancanza di rispetto degli accordi presi in ambito Wto. Gli Stati Uniti agiranno con fermezza ed immediatezza secondo i propri diritti commerciali per innalzare drasticamente i dazi sui prodotti europei».

Washington dovrà adesso scegliere su quali prodotti applicare i dazi, da una lista preliminare che comprende carne in scatola, formaggio Roquefort, tartufi, paprika, gomma da masticare, cioccolata, acqua minerale e motociclette. Il Canada dovrà optare fra carne, cetrioli, pane aromatizzato, gin vodka e zuppa. Al Canada il Wto ha riconosciuto un settimo dei danni denunciati. Una fonte anonima dell'Ue ha annunciato per i prossimi 10 giorni un incontro con gli Usa per cercare un accordo.

