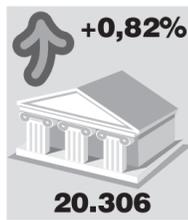


GOOGLE IN BORSA: RACCOGLIERÀ 3 MILIARDI DI DOLLARI



mibtel

petrolio

euro/dollaro

Tom Benetollo

Il tempo del cambiamento è ora

in edicola il libro con l'Unità a € 4,00 in più

economia e lavoro

Tom Benetollo

Il tempo del cambiamento è ora

in edicola il libro con l'Unità a € 4,00 in più

La Fiat recupera, l'auto no

Marchionne: irrealizzabile il piano Morchio. Il pareggio slitta al 2006

Roberto Rossi

MILANO Troppo ottimistico, quindi irrealizzabile. Alla prima uscita pubblica, davanti a una platea esigente e qualificata di analisti e investitori istituzionali riunita a parlare di conti, Sergio Marchionne, nuovo amministratore delegato di Fiat, ha smontato il piano ideato dal suo predecessore, Giuseppe Morchio, per far uscire l'azienda dalla crisi.

«Il piano 2003 è solido dal punto di vista strategico, ma le tempistiche sono irrealizzabili. I tempi sono troppo ottimistici, la struttura organizzativa è inadeguata» è stata la sentenza di Marchionne. Quindi? Quindi niente pareggio operativo per l'Auto il prossimo anno. Anzi, ha detto Marchionne, il settore registrerà ancora una «piccola perdita». Se ne riparerà nel 2006.

Non a caso il semestre appena concluso, certificato ieri dal consiglio di amministrazione, ha fatto registrare un risultato operativo negativo per 282 milioni di euro, un milione in più rispetto allo scorso anno. Una data, quest'ultimo, che Fiat ha spiegato con l'effetto della diminuzione delle fatturazioni in Italia e nell'Europa Occidentale (i nuovi modelli non hanno avuto l'impatto sperato) e la mancata produzione di 40mila vetture dovuta alla vertenza di Melfi, valutata in oltre 50 milioni di euro.

Un dato, però, in controtendenza con quello generale. Nei primi sei mesi dell'anno, infatti, il Lingotto ha visto crescere fatturato di 1,3 miliardi (+6%, per un totale di 23,5 miliardi di euro), il risultato operativo di gruppo è tornato positivo per 18 milioni di euro, la posizione finanziaria netta ha registrato un leggero miglioramento e la liquidità è salita per 1,3 miliardi di euro.

Se il piano Morchio è troppo ottimistico, le previsioni di Marchionne non sono da meno, anche se hanno avuto il plauso della Borsa (+2,29%). Per l'amministratore delegato il gruppo nel 2006 raggiungerà un utile netto di oltre 500 milioni di euro, tra 1,4 e 1,8 miliardi, invece, nel 2007 con un utile per azione tra 1,1 e 1,4 euro. La crescita media annua attesa dei ricavi al 2007 sarà del 6%, la redditività media delle vendite tra il 5 e il 6% e l'utile delle operazioni dovrebbe variare tra 1,0 e 1,4 miliardi.

Questi risultati saranno raggiunti senza la chiusura di nessuno dei suoi impianti in Italia, «continueremo - ha detto Marchionne - a puntare a una loro migliore efficienza». Come non è prevista la dismissione di attività e, in particolare, è stata esclusa la cessione di Comau e Magneti Marelli. Se mai l'unica cosa che finirà sul mercato sarà la quota detenuta in Italenergia bis, una partecipazione definita «non strategica».

Qualche cosa di più sull'auto l'ha aggiunta Herbert Demel, amministratore delegato della divisione. E cioè? Una nuova organizzazione manageriale con uomini nuovi e, contestualmente, la suddivisione di cinque attività commerciali separate per ciascuno dei marchi (Fiat,

I CONTI FIAT		
La Fiat prevede di raggiungere a livello annuale l'obiettivo del break even operativo del gruppo		
IL GRUPPO NEL 2° TRIMESTRE 2004...		
(milioni di euro)		
Ricavi netti	12.332	
Margine operativo lordo	1.882	
Risultato operativo	18	
...E NEL PRIMO SEMESTRE 2004		
Ricavi netti	23.508	
Margine operativo lordo	3.437	
Risultato operativo	-140	
L'ANDAMENTO DEI SETTORI		
Dati del 2° trimestre 2004 - in milioni di euro	Ricavi	Risultato operativo
Automobili (Fiat Auto)	5.197	-282
Macchine per l'Agricoltura e le Costruzioni (CNH)	2.812	174
Veicoli industriali (Iveco)	2.409	102
Ferrari-Maserati	399	-12
Componenti (Magnetit Marelli)	1.117	29
Mezzi e Sistemi di Produzione (Comau)	424	8
Prodotti Metallurgici (Teksid)	242	10
Servizi (Business Solutions)	409	9
Editoria e Comunicazione (Itedi)	119	7

Fonte: FIAT



L'amministratore delegato della Fiat, Sergio Marchionne

Alfa Romeo, Lancia, veicoli commerciali leggeri e altri comparti). Vengono, invece, accentrate le altre direzioni: da quella della produzione, a quella della progettazione, a quella della fornitura, della qualità e dei servizi finanziari. Demel, inoltre, ha detto di voler puntare molto sullo sviluppo della rete commerciale, ma anche di riorganizzare la produzione della Punto in un solo stabilimento (ora è prodotta a Mirafiori e Termini Imerese). Tutto questo dovrebbe portare Fiat Auto a raggiungere nel 2007 una quota di mercato pari al 30,5% in Italia (oggi è del 28,4%) e del 8,2% in Europa (adesso è del 7,6%).

Quanto ai rapporti con l'alleato americano General Motors, Marchionne ha detto di non vedere «la logica di firmare una nuova intesa per il rinvio del put», l'opzione con la quale il Lingotto può vendere l'80% di Fiat Auto all'azienda di Detroit a partire dal prossimo anno. «Questo del put è uno strumento molto importante e di valore. Nel 2005 sarà attuabile, ma questo non vuol dire che la Fiat lo eserciterà. Consideriamo il put - ha aggiunto l'amministratore delegato - uno

strumento che possiamo utilizzare, ma se e quando lo riterremo necessario». Dagli Stati Uniti Gm non ha commentato. «La clausola put - osserva la portavoce dell'azienda di Detroit, Toni Simonetti - esiste e fa parte di un accordo. Vedremo: non sappiamo cosa ci sarà nel futuro. Abbiamo in piedi diversi discorsi con Fiat e continuiamo a lavorare con i nostri partner», anche perché, viene rimarcato, non sembra ci sia «nulla di nuovo».

Infine il prestito convertendo da tre miliardi di euro concesso a Fiat nel 2002 da otto banche. Marchionne ha fatto sapere che «non ci sono negoziati in atto per cambiare nulla. Al momento nessuno ci ha chiesto nulla e nessuno ci ha chiesto di negoziare la scadenza. In ogni caso, qualsiasi cosa Fiat deciderà di fare avrà una copertura adeguata».

Insomma, nonostante i ritardi al Lingotto traspare ottimismo. «Siamo fiduciosi di avere risorse umane, finanziarie e capacità per il nostro rilancio» ha commentato Marchionne. «Da oggi - ha aggiunto - il nostro impegno è nell'esecuzione e nella leadership, questo il nostro slogan». Che però sa di vecchio.

Per la svolta il Lingotto cerca nuovi manager

Parole d'ordine: marketing e svecchiamento. Pessa (Cgil): per ora stabilimenti salvi, ma fra un anno?

MILANO E ora a tremare non sono soltanto gli operai. Ora è il turno anche di dirigenti e manager. Anche loro potrebbero finire sacrificati alla causa del rilancio Fiat. Un giro di teste che Sergio Marchionne ha ventilato, di più, ha auspicato ieri durante l'incontro con gli analisti a Balocco.

Che cosa ha detto l'amministratore delegato? Ha parlato di una Fiat «verticistica», con «un taglio molto ingegneristico, ma poco attento al marketing», dove «troppo potere è in sacche», dove «non ci sono giovani in ruoli di leadership». Una Fiat, insomma, che presenta una «complessità industriale autoindotata».

«È una cosa vecchia. La Fiat è quella roba

li», ci spiega Piero Pessa, segretario della Cgil piemontese, autore di pubblicazioni su Fiat Auto. «Il problema della Fiat è che non è più adeguata ai livelli di competitività». E quindi si prospetta un «ripulisti». «Si è quasi certo. In molti stanno aspettando i licenziamenti».

Qualche piccolo segnale lo si aveva avuto nei giorni scorsi. Quando Herbert Demel, amministratore delegato di Fiat Auto, ha chiamato Johann Wohlfarter, amministratore delegato di Autogerma, la filiale italiana del gruppo Volkswagen, ha guidare il settore commerciale. Lo stesso Demel ieri ha fatto sapere che l'Auto avrà una nuova organizzazione. Le «vecchie» Business Unit avranno solo più la parte commerciale, mentre tutte le altre fun-

zioni diventeranno strutture centrali che lavoreranno per tutti i marchi del gruppo. I marchi, tra l'altro, diventeranno 5 perché sarà incorporata la Lancia. Questa riorganizzazione, secondo quanto illustrato da Demel, «è mirata ad aumentare le sinergie tecniche e la velocità di attuazione dei programmi».

Una critica contro i quadri attuali? «Mi sembra proprio di sì», ci dice ancora Pessa. «Vogliamo modificare l'organizzazione interna. Hanno detto il piano Morchio è strategicamente valido, però i tempi erano troppo accelerati perché la struttura organizzativa era inadeguata. Una autocritica nella quale fanno sapere: «siamo lenti perché i dirigenti e i quadri attuali non sono adeguati a quel tipo di

velocità».

Quella messa sotto accusa, allora, non è solo l'operato, ma la stessa cultura aziendale Fiat. «Una cultura - ancora Pessa - dove quello che conta non è il sistema aziendale. Quello che conta è il sistema gestito da ciascun manager. Il ragionamento è questo: «Se devo raggiungere un obiettivo e questo va a scapito del sistema in generale non me ne frega niente, lo faccio». Il tentativo del riassetto e la separazione del marketing dalla produzione avviene anche per contrastare e cambiare la logica interna alla Fiat».

È possibile? «La cultura Fiat è molto radicata». Ci vorrà allora del tempo. Non troppo però. «Il mondo dell'auto si sta muovendo in

fretta. Negli ultimi due-tre anni è cambiato tutto. Gm e Ford perdono posizioni, la Toyota è diventata la seconda produttrice e si propone di diventare nel 2010 la prima. Il quadro della competizione è cambiato. Sono cambiate le regole. In questo cambiamento Fiat ha difficoltà a cogliere le opportunità, più attenta all'esigenza della produzione meno alla logica del mercato. E alla fine si trovano con i dati di mercato non favorevoli». Che dicono i dati di mercato? Che l'azienda nel 2003 è passata in Europa da 7,5 al 7,6%. «Ma la Fiat nell'89 era al 18%, un altro secolo certo, ma distante anche dal 10% del 2000».

Per ora gli stabilimenti sono fuori dalla logica del «ripulisti». «Quando Marchionne dice che non ha intenzione di chiudere altri stabilimenti - conclude Pessa - dice una cosa vera, ma valida solo per i prossimi dodici mesi. A meno di disastri non toccheranno niente, non ridurranno le capacità produttive. Il nodo è capire che cosa succederà dopo. Soprattutto a Mirafiori. «Se alla fine continua la tendenza a svuotare e a ridurre competenze la soluzione viene da sé».

ro.ro.

Per l'economista Sapelli il core business delle quattro ruote soffre della mancanza di una precisa strategia. «Il marchio va riposizionato sul mercato»

«Una buona notizia, ma il rilancio resta difficile»

MILANO Professor Giulio Sapelli, siamo di fronte a nuove notizie da Torino. In particolare che il gruppo torna all'utile operativo, mentre l'auto continua a soffrire. Come interpretare questi segnali?

«La prima è una notizia buona, incoraggiante. Esistevano margini di ripresa. L'opera di riallineamento dei conti è andata avanti e i risultati si cominciano a vedere. E questo è tanto più positivo in una situazione non certo di ripresa dell'economia. Esiste qualche motivo per sentirsi cautamente ottimisti».

Il segno meno dell'auto?

«Mi pare che gli analisti più lungimiranti l'avessero anticipato. Avevano anticipato la difficoltà di raggiungere l'utile o almeno il pareggio in un settore di dura competizione internazionale. Malgrado l'impegno della Fiat, che dopo tante divagazioni finanziarie aveva alla fine deciso di tornare al core business, di riscoprire la propria vocazione. Con un limite e un'ambiguità ancora: attestarsi su un fronte industriale troppo ampio, dalle utilitarie al prodotto di lusso. Bisognerebbe scegliere. Fosse il capo della Fiat lascerei la gamma alta alla Ferrari, alla Maserati e magari alla Lancia e punterei su una produzione di largo consumo, auto di media cilindrata e di grande affidabilità, anche in questo caso rinverendo la tradizione di buone motorizzazioni. Bisogna rilanciare il marchio ma anche riposizionarlo

con chiarezza nel mercato. Piuttosto bisognerebbe leggere i dati, come una semestrale non può consentire, per capire quanto nel galleggiamento dell'auto pesi la politica degli sconti... Perché con operazioni di questo genere si sposta solo un più avanti la resa dei conti...».

A proposito di resa dei conti, Demel ha annunciato che la Punto verrà prodotta in un solo stabilimento: Mirafiori o Termini...

«Non è una sorpresa. Sarebbe difficile una strategia di riposizionamento senza toccare i livelli occupazionali. Fate caso all'enfasi posta sulla concertazione da Montezemolo. La concertazione è giusta in sé e per sé, però è chiaro che si riparla di concertazione con gli occhi

alla Fiat e, in secondo luogo, al contratto dei metalmeccanici. Speriamo solo che quella della concertazione sia una strada buona anche dopo che i problemi Fiat siano stati tutti risolti».

Dice Montezemolo, presidente della Fiat: scelte dolorose, ma almeno evitiamo i costi gravi per tutti di un interminabile conflitto sociale.

«Intanto, malgrado tutti gli ostacoli e le intransigenze, il clima sembra cambiato in meglio: penso al riavvicinamento tra Fim e Fiom».

Resta un quadro nazionale assai delicato...

«Questo è il primo scoglio. I segnali di

ripresa sono ancora troppo deboli. Se consideriamo gli aumenti nei consumi di elettricità o i magazzini che si svuotano, si può concludere che siamo passati da una stagnazione che guarda in giù a una stagnazione che guarda in su...».

Quali le condizioni necessarie per una ripresa autentica?

«Prima di tutto che l'economia americana conosca una ripresa autentica e non solo una ripresa elettorale a vantaggio di Bush. Quindi che si riaggiunga una buona struttura dei conti pubblici, perché non si debba finanziare il debito pubblico con altro debito, senza illudersi che la detassazione conduca alla ripresa. Quindi non cedere alle sirene della detassazione e invece lavorare per risanare i conti pubblici. Il debito che aumenta, il denaro che diventa troppo caro sono ragioni di paralisi. Lo stato deve contare su un po' di soldi per promuovere investimenti e ricerca. Sarebbe un'ottima cosa se lo stato rifacesse un po' da volano».

o.p.