

Marchionne: la crisi Fiat è alle spalle Il titolo vola a 15 euro

Domani la presentazione del nuovo piano industriale. «Il 2010 sarà l'anno cruciale»

di Giampiero Rossi inviato a Valenciennes

FASE DUE «Questo è un gruppo ormai uscito dalla crisi, dobbiamo guardare al futuro con altre ambizioni. Il 2010 sarà un anno estremamente importante per quanto riguarda gli obiettivi. E la Fiat sarà un gruppo strutturalmente nuovo, con muscoli nuovi».

L'amministratore delegato della Fiat, Sergio Marchionne, non concede nemmeno l'ombra di un'anticipazione dei contenuti dell'atteso piano industriale, che verrà illustrato domani al Lingotto, ma si lascia andare a una sorta di "manifesto" per la Fiat del prossimo futuro. Del tutto improntato all'ottimismo che ha caratterizzato il Lingotto da quando sono stati sospinti verso il passato gli anni bui, quelli in cui un ministro si permetteva addirittura battute su un'Italia senza Fiat. I tempi sono cambiati, ribadisce in sostanza Marchionne. È quindi tempo che il Lingotto forgi nuovi "muscoli" per affrontare nuovi scenari e nuovi avversari. Ma intanto c'è da festeggiare il superamento del muro dei 15 euro per il titolo in Borsa, una notizia che Marchionne riceve sotto forma di sms sul suo telefono cellulare mentre presenta la nuova famiglia di furgoni prodotti in partnership con Psa Peugeot Citroen. Aveva detto che lui avrebbe comprato le azioni Fiat anche a 14 euro e adesso insiste nell'ostentare fiducia nelle performance future: «Comprerei anche a 15 euro», dice sorridendo. Non nega che quota 20 possa essere un obiettivo raggiungibile. E accenna alla possibilità che per gli azionisti Fiat sia arrivato il tempo di raccogliere qualche risultato concreto. Un dividendo per il 2006? «Se ci sono i risultati è inevitabile», dice Marchionne - il gruppo deve tornare strutturalmente a pagarli. E non si tratta di un annuncio da poco,

se si considera che l'ultima volta è avvenuto nel 2002. Nel nord della Francia, Marchionne celebra il consolidamento della stretta partnership avviata con Psa Peugeot Citroen nel settore dei veicoli commerciali. Insieme al suo omologo francese Jean Martin Folz ha presentato la nuova gamma di furgoni compatti prodotti nello stabilimento Sevelnord di Valenciennes, gemello di

L'amministratore delegato assicura: «Saremo un gruppo strutturalmente nuovo con muscoli nuovi»

quello di Val di Sangro, in Abruzzo. Dalla stessa piattaforma nascono Fiat Scudo, Peugeot Expert e Citroen Jumpy, poi commercializzati a partire dal gennaio prossimo in sostituzione dei modelli precedenti. Per arrivare a produrre 130mila all'anno, Fiat e Psa Peugeot Citroen hanno investito 440 milioni di euro. E la prossima mossa sarà la commercializzazione, nel 2008, di un minicar realizzato nello stabilimento di Bursa, in Turchia, sotto il coordinamento della Tofas. La Fabbrica Italiana di Automobili Torino si è desta, dunque. Ma per continuare a crescere deve guardarsi attorno, soprattutto fuori dai confini nazionali. Le cronache degli ultimi tempi raccontano di accordi in Cina, in India e in Russia. E la vecchia Europa? «Il mercato europeo rimane un punto di interesse», spiega Marchionne - «continuiamo a lavorare e a parlare con i nostri concorrenti per verificare obiettivi e costi dei prodotti». Si può ipotizzare dunque un'alleanza europea, magari proprio con i collaudati partner francesi? «Il discorso delle alleanze lo abbiamo affrontato a 360° - insiste l'amministratore delegato



L'amministratore delegato Fiat Sergio Marchionne Foto di Francesco Del Bo/Ansa

- e nonostante io sia andato in Cina per aprire una porta con un altro produttore di veicoli commerciali, Cherry, abbiamo sempre mantenuto un interesse a livello europeo. Sono cose, però, strutturalmente più complesse, perché quello europeo è un mercato che non ci offre le stesse opportunità di crescita di quello asiatico». Già, ma anche in Cina il marchio Fiat non è ancora attrezzato per fare sfracelli, perché lungo le strade di Shanghai e Pechino le tremila vetture annue targate Torino non si notano neppure. Ma Marchionne anticipa l'intenzione di sbarcare massicciamente laggiù con i veicoli commerciali, al punto che già nel 2010 Iveco potrebbe raggiungere in Cina un peso commerciale equivalente a quello europeo.

Terremoto ai vertici della Volkswagen

Si dimette il presidente Pischetsrieder. Doveva restare in carica fino al 2012

Terremoto ai vertici della Volkswagen. Berndt Pischetsrieder, l'amministratore delegato del gruppo automobilistico di Wolfsburg, ha annunciato il suo ritiro per la fine dell'anno. Il suo posto sarà preso - secondo quanto comunicato dal «supervisory board» - dal numero uno della controllata Audi, Martin Winterkorn. Solo sei mesi fa il consiglio di supervisione della Volkswagen aveva deciso all'unanimità di estendere il contratto di Pischetsrieder fino all'aprile del 2012. La scelta era stata presa nonostante il suo predecessore, Ferdinand Piech, che presiede il consiglio di supervisione,



Bernd Pischetsrieder Foto ANSA

aveva sostenuto in un'intervista che il prolungamento del contratto era «una questione aperta». Piech, che molti considerano il vero capo della Volkswagen, si era fatto interprete dell'opposizione al drastico piano di ristrutturazione di Pischetsrieder dei dieci rappresentanti sindacali che siedono nel consiglio di supervisione. Martin Winterkorn, 59 anni, alla guida dell'Audi dal 2002, è considerato un uomo di Piech. La sua nomina sarà ufficialmente proposta nel corso della riunione ordinaria del consiglio di sorveglianza in programma per il prossimo 17 novembre. Per cercare di recuperare sul piano della redditività all'inizio dell'anno il gruppo tedesco aveva annunciato il taglio di 20mila posti di lavoro in Germania nell'arco temporale di tre-cinque anni. Lo scorso settembre era stato concluso un accordo con i sindacati per la soppressione della settimana lavorativa di quattro giorni.

BREVI

Melfi Passano a tempo indeterminato 33 precari della Commer Tgs (indotto Fiat)

Passano a tempo indeterminato 33 lavoratori precari della Commer Tgs di Melfi (indotto Fiat). L'assunzione è frutto di un accordo raggiunto a Potenza tra azienda e Fiom, Fim, Uilim, Fismic e Rsu. L'intesa riguarda 9 lavoratori a tempo determinato e 24 ex interinali.

Saipem Nei primi nove mesi del 2006 record di ordini e di utili

Saipem ha chiuso il terzo trimestre 2006 con un utile netto di 104 milioni di euro, in aumento del 65% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nei primi nove mesi l'utile è pari a 266 milioni. Per quel che riguarda gli ordini il gruppo ha raggiunto la quota record di circa 13 miliardi.

Marghera, la Regione sotto accusa

Cacciari a Galan: basta provocazioni. Lunedì incontro coi sindacati

di Luigina Venturelli

Dopo l'improvviso dietrofront della Regione Veneto - che dopo mesi di trattative ha deciso di non firmare l'accordo per il rilancio di Porto Marghera, condizionandolo alla scadenza certa entro dieci anni dell'eliminazione del ciclo del cloro - è ancora polemica sul petrochimico. Ieri il governo ha riferito alla Camera sui disordini verificatisi in seguito alle proteste dei lavoratori, precisando che «i gesti violenti vanno sempre censurati e condannati» - ha sottolineato il sottosegretario allo Sviluppo economi-

co, Paolo Giaretta - ma non possiamo ridurre la questione del polo di Marghera a una questione di ordine pubblico. Il governo ha lavorato per offrire una prospettiva stabile, c'è una bozza di protocollo d'intesa che è condivisa da tutte le parti in causa tranne la Regione». Eppure il governatore Giancarlo Galan resta fermo sulle sue posizioni, causando preoccupazione e sconcerto tra i sindacati: «Paiono esagerate e fuori luogo le dichiarazioni di Galan, quando dice che non si lascerà intimidire dai lavoratori. Nè il sindacato nè i lavoratori - precisano la Cgil e la

Filcem venete - vogliono intimidire alcuno. Stanno invece ponendo un problema di politica industriale e di sviluppo». In questo clima poco disteso il presidente della Regione Veneto incontrerà lunedì prossimo i vertici sindacali dei chimici di Venezia. Sul tavolo resta, infatti, il nodo dell'eliminazione entro certi tempi del ciclo del cloro. Insistono i sindacati: «Senza cloro non c'è chimica. Nessuna azienda, con la certezza di chiudere entro una data scadenza, farebbe più investimenti; anzi, verrebbe meno anche la sicurezza attuale degli impianti e nel lungo periodo

potremo dire addio anche alle bonifiche dei siti che le imprese sono state chiamate a fare». Dello stesso parere anche il sindaco di Venezia, Massimo Cacciari ed il presidente della Provincia, Davide Zoggia: «I problemi dell'ultima ora avanzati dalla Regione Veneto potevano essere affrontati nel corso dei mesi di lavoro al Ministero dello Sviluppo Economico». Per questo chiedono al ministro Bersani la convocazione di un nuovo incontro, nel corso del quale riprendere il dialogo con tutti i soggetti protagonisti di questa delicata vicenda, Regione Veneto compresa.

ALSTOM

«Savigliano rischia di perdere il Pendolino»

Lo stabilimento di Savigliano (Cuneo) rischia di perdere la produzione del Pendolino. L'allarme è dei sindacati piemontesi che accusano l'azienda di volere spostare tutta l'attività produttiva nei siti francesi. La presidente della Regione Piemonte, Mercedes Bresso, ha scritto ieri una lettera al presidente del Consiglio, Romano Prodi e ai ministri Damiano, Bersani e Bianchi per chiedere l'apertura di un tavolo sul caso Alstom. Ieri lo stabilimento di Savigliano si è fermato tre ore nell'ambito dello sciopero nazionale e i lavoratori hanno manifestato davanti al comune. I dipendenti sono 1.480, di cui 220 interinali (altri 120 lavorano nei cantieri in cui si fa attività collegata alla produzione Alstom). I rischi per l'occupazione, secondo i sindacati, sono grandi: non conferma degli interinali a inizio anno e 500 posti in pericolo fra aprile e novembre del 2007. «La nuova organizzazione del lavoro dell'azienda - spiega Beniamino Zingarelli, Fiom - prevede a livello europeo cinque piattaforme d'eccellenza: Savigliano, Le Creuse, La Rochelle, Valenciennes e Salzgitter. Ma in realtà lo stabilimento italiano è fittizio. L'Alstom gareggia per il nuovo treno Igv, un ibrido fra il Tgv e l'Etr 500, mentre a Savigliano si fanno solo prototipi del Pendolino e la produzione legata ad eventuali commesse è ormai tutta nei siti francesi».

L'INCHIESTA Nel saggio di un giornalista americano, Charles Fishman, il brutto e il bello del gigante della distribuzione, nato poco più di quarant'anni fa nell'Arkansas

A scuola da Wal-Mart, ovvero l'alto costo dei prezzi bassi

di Oreste Pivetta

Un milione e ottocentomila dipendenti, più di seimila supermercati in una quindicina di paesi, 312 miliardi di vendite nell'anno fiscale 2006. Il marchio: un faccino che ride. Un nome: Wal-Mart. Fondato nel 1962 da Sam Walton, a Bentonville, nel cuore dell'Arkansas, Wal-Mart è diventato uno delle più grandi imprese americane: si calcola che almeno il novanta per cento delle famiglie si rechi a far acquisti almeno una volta all'anno. Un giornalista, Charles Fishman ha lavorato per un anno e mezzo attorno al "fenomeno Wal-Mart". Ha raccolto dati, ha vi-

sitato centri commerciali, ha incontrato persone che hanno avuto a che fare con questo gigante della distribuzione, cresciuto tanto rapidamente in un paese che aveva sperimentato le vendite self-service un secolo fa. Ha scritto un libro, "Effetto Wal-Mart. Il costo nascosto delle convenienze" (pubblicato da Egea, nella traduzione di Matteo Vegetti, con una introduzione di Giampaolo Fabris, pagine 250, euro 20), un libro ricco, dettagliato, attento e appassionante. «Per i consumatori», dice ora Fishman: per orientarli, per far capire che cosa significhi comperare da una parte piuttosto che dall'altra. Perché il libro è anche severamente critico: va bene i prezzi bassi, ma attenti a dove può condurre la politica dei prezzi sempre più bassi. Ma Sam Walton ha davvero scoperto qualcosa? Era un autentico innovatore come Mister Ikea o i nostri Benetton? «Credo», risponde Fishman che fosse un genio del commercio. Non s'inventava saldi, campagne promozionali, offerte speciali. Aveva capito che per vendere più del vicino



Un supermercato Wal-Mart Foto Ansa

doveva tenere i prezzi più bassi e che per conquistare il cliente doveva tenerli costantemente più bassi e non per prodotti di seconda scelta ma per grandi marche. Si rivolgeva all'americano medio in cerca del buon affare, looking for a good deal, prevedendo che per il buon affare sarebbe stato disposto a cambiare abitudini d'acquisto, lasciare la città o il quartiere ad esempio per recarsi in uno dei disadorni scatoloni di Wal-Mart. Sam Walton ebbe un'altra intuizione: i co-

sti vanno contrattati qualunque sia la scala in cui agisci. Se sei piccolo o sei grande fa lo stesso. Sam Walton ha imposto uno stile. Ha cercato i prezzi bassi operando sulla logistica, imponendo contratti capestro ai fornitori, pagando poco i dipendenti, ma anche difendendo e mantenendo una cultura del risparmio che è diventata la cultura dell'azienda. Parsimoniosi: ecco l'imperativo di Sam Walton, che ha sempre arredato i suoi uffici con mobili di seconda mano, usa-

ti, scarti, sedie di campionario da buttare. Wal-Mart non ha mai inseguito l'autocelebrazione, al contrario del suo rivale, Sears, che a Chicago insediò i suoi uffici in uno splendido grattacielo, la Sears Tower, che poi fu costretto a cedere perché non era in grado di sostenere la spesa». In pochi anni, Wal-Mart ha eccitato la concorrenza, imponendosi la disciplina dei prezzi e dei costi sempre più bassi, obbligando i fornitori a rispettare le sue "regole". «Strozzandoli», perché - come spiega Fishman - diventare fornitori di Wal-Mart poteva rappresentare una fortuna enorme, ma anche una disgrazia. Comunque comportava radicali cambiamenti, cominciando dalla delocalizzazione della produzione, là dove costava e costa meno, sfruttando di condizioni disumane di sfruttamento della manodopera. Poteva anche significare scelte meno traumatiche: ad esempio eliminare certo packaging, certe confezioni. Che si pagano. Si poteva anche respingere l'offerta, come capitò a Snapper, produttore di tagli-

aerba. Lo decise in nome della difesa della propria qualità. Non si poteva imporre di rispettare i prezzi di Wal-Mart». Wal-Mart è cresciuto negli Stati Uniti, in Canada, in Messico ed ora in Cina. È sbarcato in Gran Bretagna. Ha tentato in Germania, fallendo. La sensazione è che la formula Wal-Mart funzioni dentro società in crescita ma a tassi di coscienza sindacale assai bassi... «Certo. Anche se non è il caso del Canada. Il sindacato non è mai presente nei supermarket Wal-Mart. Dovrebbe richiederlo la metà dei dipendenti. Non è mai successo. Un po' per le intimidazioni, un po' per il rapidissimo turno-

ver (750mila nuovi ingressi ogni anno, il 50 per cento) che dimostra in quali pesanti condizioni si lavori. Un po' perché il sistema Wal-Mart ha conquistato anche i dipendenti di Wal-Mart, che sono consumatori e preferiscono guadagnare di meno piuttosto che spendere di più. Facendo la spesa da Wal-Mart gli americani risparmiano 30 miliardi di dollari all'anno. Oltretutto ogni aumento salariale metterebbe in discussione l'equilibrio del gruppo: Wal-Mart può contare su un profitto annuo di 6400 dollari per dipendente, con Microsoft siamo a centoventimila, con Exxon a trecentocinquanta. Con tre dollari d'aumento all'ora, il profitto di Wal-Mart svanirebbe». Fishman chiude il libro riferendo dei disoccupati per colpa di Wal-Mart. Un'azienda che produce irrigatori da giardino, che per stare ai prezzi di Wal-Mart è andata a produrre in Cina, chiudendo il suo stabilimento e licenziando tutti... Sam Walton morì per un tumore osseo nel 1992, lasciando una delle più ricche eredità d'America.

Una politica «parsimoniosa» sulle spalle dei dipendenti e dei fornitori