

TORINO IN FESTA

Settemila ospiti, invasione di vecchie utilitarie
Ministri, imprenditori e artisti in tribuna
E per cominciare «Ciao, ciao bambina...»

La sfilata di molti modelli sull'acqua del fiume
in una colonna sonora di canzoni italiane
Oggi presentazione al presidente Napolitano

LA NUOVA 500

La Cinquecento prende il largo

Grande spettacolo sul Po per il via all'avventura. Prodi: «Speriamo che se ne vendano tante»

di Giampiero Rossi inviato a Torino

MIRACOLO Adesso c'è anche il miracolo delle auto che camminano sulle acque del Po. E forse il processo di canonizzazione per Sergio Marchionne, che ironicamente le immaginette dei sindacalisti autonomi evocano come «santo subito» può davvero

cominciare. La grande festa di ieri sera per Cinquecento è stata l'apoteosi di questi 37 mesi di resurrezione della Fiat e - forse ancor di più - dell'uomo dal maglioncino. C'erano tutti, ieri sera ai Murazzi, lungo il Po, a celebrare questo 4 luglio tutto italiano, sottolineato dalla voce del compianto Domenico Modugno che cantava "Ciao ciao bambina", come venne ribattezzata la piccola Fiat in Nuova Zelanda. Il presidente del Consiglio, Romano Prodi, ha visto la nuova edizione della storica utilitaria in anteprima nel pomeriggio sulla pista del Lingotto e poi è ripartito per Roma (e oggi, a Roma, l'auto sarà presentata al presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano). Ma in tribuna ad applaudire lo show c'erano il vicepremier Rutelli e i ministri Bersani, Bianchi, Damiano, Bonino e Gentiloni, oltre a capitani d'industria e banchieri, da Bom-

bassei a PiniFarina, da Passera a Bazoli. E anche una nutrita rappresentanza del mondo dello spettacolo: Renzo Arbore, Pippo Baudo, Simona Ventura, Piero Chiambretti e molti altri. E c'erano anche i sindacalisti torinesi, invitati ufficialmente. In tutto settemila ospiti per assistere al battesimo. E qualcuno si è fatto avanti

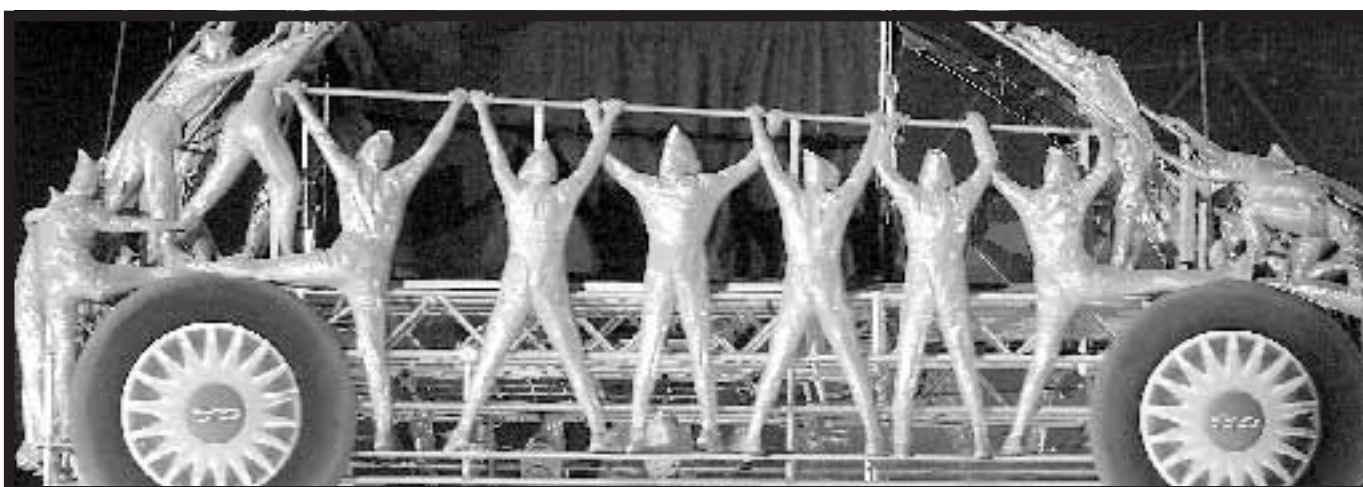
lo stesso, come il giovane precario, che ha spiegato a Montezemolo (appplauditissimo) che ha spiegato la sua incerta condizione di lavoro all'Alenia a novecento euro al mese. Il Po si è trasformato in una sorta di autostrada, sulla quale navigavano le Cinquecento di tutte le generazioni che la Fiat ha prodotto

dal 4 luglio 1957 a oggi. La regia di Marco Balich e Gabriele Vacis, ha partorito giochi di luce e d'acqua, gru e macchine di scena in grado anche di creare un simbolico ponte per unire le due sponde del fiume, sulla colonna sonora di tanti amarcord della canzonetta italiana, da Gianni Morandi che andava a cento al-

l'ora fino a Battisti che canta "Mi ritorni in mente". Quindi il concerto di Laryn Hill su una pista di luci rosse che formavano il logo "500". Ma la festa è stata di tutta la città, Torino, con maxischermi e kermesse nelle piazze più belle e colonne di orgogliosi cinquecentisti che hanno sfilato, a colpi di "doppietta", sin dalla mattina a bordo dei loro rumorosi cimeli. Tutto questo per una piccola utilitaria, che questi tre anni di rinascita della Fiat. Non a caso Marchionne ha deciso di investire 12 milioni di euro per il lancio. Negli ambienti Fiat si dice che la primogenitura dell'idea di «rifare la Cinquecento» sia di Lapo Elkann. E in effetti ci si chiede come mai, osservando già all'inizio degli anni duemila, le nuove edizioni del Maggiolino e della Mini Minor, questa operazione sia arrivata soltanto adesso. Ora la vettura che già 25.000 clienti hanno prenotato a scatola chiusa, rappresenta il giro di boa industriale per il gruppo torinese, il nuovo "manifesto della Fiat", come dicono al Lingotto. Dopo la decisiva boccata d'ossigeno portata dalla Grande Punto, dopo la Panda, dopo il colpo, meno clamoroso ma utile per

coprire un altro segmento di mercato, con la nuova Cromax, adesso la scommessa è che presto anche le 120 mila unità all'anno della Cinquecento possano conquistare le strade d'Italia e non solo. «Non faccio spot, ma mi auguro che se ne vendano tante», ha detto ieri il premier Romano Prodi. «Ricordiamoci di quello che qualche anno fa si diceva della Fiat - ha aggiunto il capo del governo - e pensiamo a come tutto è cambiato oggi. È un fatto di importanza enorme per l'Italia. Questa vettura ha un grande valore simbolico, quello di innovare in una tradizione originalissima: tutte le altre automobili si confondono l'una con l'altra...».

La Cinquecento costerà da 10.000 euro in su (la prima, quella del 1957 costava 490 mila lire) e nella versione 1.400 di cilindrata potrà raggiungere i 180 chilometri all'ora. Nei suoi 3 metri e 55 centimetri di lunghezza e 1,65 di larghezza è un po' più grande e spaziosa della storica scatola di sardine offre tutto il meglio delle più moderne tecnologie, fino all'Ipod. Proprio al trionfale e minuscolo aggeggio elettronico, che Marchionne si ispira per indicare i traguardi che la Cinquecento dovrebbe raggiungere. «La Fiat sarà la Apple dell'auto e la Cinquecento il nostro Ipod». E lui ci crede al punto da aver concepito in prima persona lo spot che dovrà promuovere la nuova utilitaria: una campagna pubblicitaria in cui si parlerà di Giovanni Falcone, Valentino Rossi, Ciampi, Gaber. Cioè dell'Italia.



Una coreografia dello spettacolo andato in scena ieri sera a Torino. Sotto Montezemolo con Marchionne e Prodi. John Elkann e Gentiloni con Montezemolo - Foto An.



Un precario dell'Alenia rivolge un appello a Montezemolo (applauditissimo)

L'INTERVISTA GIUSEPPE BERTA

Lo storico ripercorre la storia di una identità nata con la Topolino, mette in evidenza una lacuna e mette in guardia dall'entusiasmo facile

«Piccola, nella tradizione. Continua a mancare la grande»

di Oreste Pivetta

Nel firmamento del genio italiano o dell'italian style brilla da ieri la stellina della Cinquecento. Stellina, com'è giusto dire per una vetturola lontana mille miglia dall'arroganza dei SUV e dei fuoristrada, dolce nelle curve, accogliente nei suoi interni parsimoniosi. Meno male. I critici dicono: era ora. Era ora, visto che il mercato è già da tempo conteso da una serie di city car assai gradite. Ma come spiegano alla Fiat, per progettare e avviare alla produzione ci vogliono anni e soldi. I soldi prima non c'erano e i tempi sono stati comunque neanche due anni. Speriamo che la Cinquecento, piaccia molto di più delle rivali. Prodotta in Polonia, tranne che per il cambio che uscirà da Mirafiori, rappresenta una bella parte del futuro della Fiat e qualcosa anche del futuro italiano. Le sorti della fabbrica torinese e del paese Italia sono sempre state assai vicine, da un secolo. L'Italia va meglio, come riconosce anche l'amministratore delegato venuto dal Canada, Sergio Marchionne, in una intervista al giornale di casa, la Stampa. Ad una osservazione pessimistica, «fra gli italiani si respira impotenza», risponde: «Strano. Il Pil cresce, l'indebitamento e la disoccupazione calano...». Anche i conti del Lingotto sono in continua salita: siamo tornati al trenta per cento del mercato. «La Fiat non creperà più», assicura Marchionne, che ci comunica anche che l'idea della Cinquecento è stata di Lapo.

Quanto vale questa macchina? Lo chiediamo, dal punto di vista dei soldi, della tecnologia ma anche della ricostruzione di una identità Fiat, al professor Berta, torinese, storico (anche della Fiat) e docente alla Bocconi di Milano.

«Di certo vale molto. Rappresenta una sorta di manifesto programmatico. La storia della Fiat comincia con una Cinquecento, quando Dante

Giacosa si mise all'opera per progettare la futura Topolino, che esprimeva il sogno americanista del fondatore, Giovanni Agnelli, il sogno di fare come Ford, cioè la vettura per la produzione di massa. La Topolino resta un prodotto indimenticabile, ma con la Topolino non si realizzò l'ambizione di Agnelli: in diciannove anni, tra il 1936 e il 1955, ne furono prodotti 550 mila esemplari. Qualcosa che non si può neanche paragonare ai volumi della produzione americana o alla dimensione stessa di una teorica produzione di massa. Poi vennero la Seicento e quindi la Cinquecento e allora davvero tra nuove tecnologie, dagli automatismi ai convogliatori aerei, e numeri del prodotto, la Fiat riuscì nel grande salto. Comunque Topolino e Cinquecento rappresen-

tarono, in fasi diverse, passaggi importanti nella industrializzazione di massa, per la Fiat e per l'Italia e segnarono per la Fiat anche la definizione di una identità, alla quale si richiama questa ultima Cinquecento. In un contesto ovviamente del tutto cambiato. Siamo alla riconciliazione con quella storia e siamo, allo stesso tempo, alla celebrazione della fine di una crisi che appariva mortale...».

Così sembra che la nuova Cinquecento nasca più come omaggio al passato che come investimento per il futuro?

«La nuova Cinquecento consentirà alla Fiat di crescere. È bravo Marchionne che riduce i budget, li compera a un volume modesto di produzione. Quello che arriva in più è puro guadagno. Una strategia che è l'esatto opposto di quella che seguiva Cantarella. Però vorrei aggiungere

una considerazione a proposito della Cinquecento, una considerazione che magari in questo momento non si dovrebbe fare. Vale quello che scriveva in modo perfetto Paolo Volponi nel suo romanzo *Le mosche del capitale*: la Fiat fa bene le cose che sa fare... Insomma a produrre una piccola vettura, restando in una gamma medio bassa, anche se con un prodotto di assoluta eccellenza. Ma il problema della Fiat è la gamma medio alta. Lì si guadagna, ma lì si deve competere con BMW, Mercedes, con la Toyota di un simbolo come la Lexus».

Quindi, freniamo l'entusiasmo...

«Anche Marchionne ci insegna che il mercato è instabile, è volatile. L'ultimo esempio è la Renault: l'anno scorso era al vertice, adesso è in sofferenza. La Fiat ha visto il peggio prima degli altri, ha percorso tutto il tun-

nel, vede la luce. Ma certezze tra chi produce auto non se ne possono dare».

Dall'India al Sudamerica: c'è altro in gioco però?

«C'è in gioco qualcosa di molto importante, di vitale. I mercati globali decidono il futuro. La strategia mi sembra corretta: più India di Sudamerica, giusto aver rinunciato alla Cina dove i competitori son già troppi. Giusto anche tentare la via dell'India da insider più che da outsider, cercando alleanze con i produttori locali, come Tata, in India».

Lei apprezza molto il lavoro di Marchionne...

«Direi che con lui i rapporti tra manager e azionista sono diventati trasparenti... Non succede più come una volta, quando l'azionista invadeva il campo del manager e viceversa il manager si difendeva all'ombra dell'invasione dell'azionista. Marchionne rivelò un giorno di non aver mai conosciuto l'avvocato Agnelli...»

LA STORIA



C'era anche la «350» proletaria

C'era anche la 350. Utilitaria proletaria, non solo per il prezzo, le dimensioni, per lo status dei possibili acquirenti. Era il 1952. Per capire, bisogna cominciare da lì, da quegli anni di pesanti conflitti dentro la fabbrica, di Valletta che governava la Fiat, della ambasciatrice americana Clara Boothe Luce, che pretendeva di governare l'Italia (e la Fiat) cacciando da ogni dove i comunisti. Con la Fiat, aveva usato non solo l'arma della persuasione, ma anche quella dei tagli alle commesse militari. I comunisti risposero a loro modo, dimostrando quanto rispettassero il lavoro, quale intelligenza e quale mestiere rappresentassero. Risposero progettando una macchina, l'utilitaria, la 350 appunto. S'erano messi all'opera, tecnici e operai, su iniziativa del segretario della Camera del lavoro di Torino,

Egidio Sulotto, disegnarono e costruirono e alla fine presentarono la loro berlina due porte sul "Lavoro", organo della Cgil. L'auto venne esposta alla festa dell'Unità, accanto al palco dal quale avrebbe parlato Togliatti, non solo dimostrando quanto fossero bravi operai e tecnici, ma anche indicando un'alternativa ben più proficua e pacifica alle commesse militari: quella della motorizzazione di massa. Della vicenda aveva scritto Castronovo nella sua "Storia del capitalismo italiano" (Rizzoli) e ne ha scritto Alberto Papuzzi nell'ultimo numero di Nuova società, il periodico di Diego Novelli.



Dopo cinquant'anni la Fiat affida a un'altra «500» le speranze di un nuovo successo industriale