

Il mercato dell'auto affonda in Europa ma la Fiat si difende

Dati negativi anche in agosto: -15,6%

Il Lingotto guadagna lievemente spazio

di Marco Tedeschi / Milano

DISCESA Un'estate davvero nera per il mercato dell'auto in Europa. I numeri continuano a essere preceduti dal segno meno e le previsioni, in un contesto internazionale pesantissimo, non lasciano immaginare una pronta ripresa in autunno, anche se il calo del

petrolio dovrebbe consentire un ribasso della benzina e quindi in un incentivo in più all'acquisto. In Europa l'auto ha sofferto a luglio una flessione delle vendite del 7,3% e ad agosto del 15,6%, con l'Italia che lo scorso mese è scesa in picchiata (-26,4%). In questo panorama temporalesco ci possiamo consolare con i risultati del gruppo Fiat, che perde ma un po' meno degli altri e quindi rafforza la sua presenza. Il Lingotto insomma guadagna spazio, salendo a luglio in Europa occidentale all'8,5% dal precedente 8,1% e ad agosto al 7,2% dal precedente 6,9%. Nei primi otto mesi dell'anno, la quota del gruppo torinese si attesta all'8,3% dal precedente 8,2%. Quanto alle immatricolazioni del gruppo, un luglio dal passivo contenuto (-1,6%) ha lasciato il posto

ad un calo più marcato (13,1%), sulla scia del tonfo del mercato italiano. Per quanto riguarda i singoli brand del Lingotto, le circa 41 mila vetture immatricolate in agosto hanno permesso al marchio Fiat di aumentare la quota di 0,4 punti percentuali, attestandosi al 5,7% dal precedente 5,3%. Anche nel progressivo annuo la quota Fiat è cresciuta, segnando il 6,7%, +0,4 punti percentuali rispetto al 2007. In Francia Fiat ha incrementato ad agosto i volumi del 29% mentre la quota è salita di 1,1 punti percentuali. In crescita anche i volumi in Germania (+4,5% e quota in aumento di 0,5 punti percentuali) mentre la quota del Regno Unito è salita di 0,4 punti percentuali. Panda e 500 sono rima-

In picchiata l'Italia sotto del 26,4%
Persino la Cina in sofferenza: colpa delle Olimpiadi

ste le vetture più vendute del segmento A. Lancia, nel progressivo annuo, mantiene stabile la quota allo 0,8%. Al di fuori del mercato italiano, in agosto il brand ha incrementato i volumi del 22,6%. Quanto al brand Alfa Romeo, che ha ottenuto in agosto lo 0,8% di quota, dopo la completa riorganizzazione di inizio anno dello stabilimento di Pomigliano prosegue la risalita.

Di mercato europeo in crescente difficoltà parla il Centro Studi Promotor, sottolineando che l'evoluzione negativa della domanda manifestatasi a maggio e proseguita a giugno, trova conferma nei dati di luglio e agosto. E l'impatto dei fattori che l'hanno determinata, secondo il Centro Studi, è inoltre destinato ad aggravarsi nei prossimi mesi. Esaminando l'andamento dei maggiori mercati continentali, il risultato più tonico sugli otto mesi (+2,9%) è quello della Francia, grazie a un programma di eco-incentivi. Ma il calo del 7,1% di vendite segnato dal mercato transalpino ad agosto sta a dimostrare, come nota l'Unrae (l'associazione dei costruttori esteri di auto), che anche la politica degli incentivi sta perdendo effetto. Tutto il mondo è paese. Persino la Cina sta male e soffre di un agosto "freddo" rispetto allo stesso mese dell'anno scorso: il calo è stato di oltre il sei per cento, colpa delle benzina, ma anche colpa delle Olimpiadi, che hanno evidentemente distratto i potenziali acquirenti cinesi.

L'AUTO NELLA UE			
IMMATICOLAZIONI IN EUROPA (migliaia di vetture)			
Giugno	2007	1.550	-7,9%
	2008	1.427	
Luglio	2007	1.358	-7,3%
	2008	1.259	
AGOSTO	2007	955	-15,6%
	2008	806	
Paese	Immatricolate ad agosto 2008	Immatricolate ad agosto 2007	Var. % 2008/2007
Austria	18.285	21.329	-14,3%
Belgio	32.954	33.882	-2,7%
Danimarca	11.235	13.383	-16,1%
Finlandia	9.453	11.025	-14,3%
Francia	103.350	111.249	-7,1%
Germania	214.386	239.381	-10,4%
Grecia	19.819	21.524	-7,9%
Irlanda	5.252	8.991	-41,6%
ITALIA	77.156	104.857	-26,4%
Lussemburgo	2.919	2.929	-0,3%
Olanda	39.746	41.303	-3,8%
Portogallo	12.354	11.786	+4,8%
Spagna	58.530	99.664	-41,3%
Svezia	17.721	23.062	-23,2%
Gran Bretagna	63.225	77.649	-18,6%
UE	686.385	822.014	-16,5%

Fonte: ACEA P&G Infograph

VOLKSWAGEN

In arrivo a novembre la nuova Golf

La Golf, l'auto del marchio Volkswagen «best seller» in Europa, che in 34 anni di vita è stata consegnata nel mondo in oltre 26 milioni di esemplari, è giunta alla sua sesta generazione. La vendita del nuovo modello, presentato alla stampa internazionale a Reykjavic, in Islanda, partirà in Europa da ottobre ed in Italia dai primi di novembre (l'8 e il 9 novembre è previsto il weekend porte aperte). Il pubblico, invece, potrà ammirarla al Salone di Parigi. Il rinnovo del modello di punta della casa di Wolfsburg, arriva in un momento molto difficile per il mercato dell'auto e per la stessa Golf, che si trova a fronteggiare una concorrenza che, nel segmento C, si fa sempre più aggressiva e che vede modelli del calibro della Fiat Bravo, la Ford Focus e la Renault Megan. Numeri precisi sull'obiettivo di vendita nel 2009, però, a Reykjavic non ne sono stati dati. Finora l'intera famiglia Golf ha venduto in media ogni anno globalmente circa 600 mila unità. L'unica cosa certa, ha precisato il presidente di Volkswagen Italia, Giuseppe Tartaglione, è che «nel 2009 ne venderemo più di quest'anno». In Italia, per esempio ha precisato - passeremo dalle 55 mila Golf del 2008 ad almeno 60 mila». La nuova Golf costerà tra i 16.800 ed i 26.200 euro, un prezzo sostanzialmente invariato rispetto al modello precedente ed abbastanza contenuto rispetto ai notevoli miglioramenti tecnologici contenuti nella vettura. Un lusso che il gruppo Volkswagen ha potuto permettersi grazie al taglio dei costi frutto delle economie di scala messe a punto dalla casa. Per quanto riguarda le questioni societarie, si è appreso la Porsche è salita da circa il 31% al 35,14% del capitale del gruppo di Wolfsburg. L'obiettivo è il cinquanta per cento, ma già così Porsche detiene di fatto il controllo di VW.

Anche Scajola riconosce: rincari Rc auto senza ragioni

Le rilevazioni del Garante dei prezzi hanno evidenziato che gli aumenti delle tariffe nel settore rc auto «non sono in linea con la sostanziale riduzione dei costi dei risarcimenti, significativamente diminuiti anche grazie al risarcimento diretto». Lo ha sottolineato il ministro dello Sviluppo economico, Claudio Scajola, nel corso di un'audizione alla Commissione finanze della Camera, in cui ha assicurato che il ministero «eserciterà un ruolo di garanzia e vigilanza per contrastare, nel pieno rispetto delle logiche di mercato, pratiche tariffarie prive di obiettive giustificazioni tecnico-economiche».

Della questione rincari Rc auto si è occupato con una propria indagine Il Salvagente, che sarà in edicola domani con un test sull'Rc-auto in dieci città. Secondo le rilevazioni un 18enne neopatentato si trova di fronte ad una lievitazione dei listini mediamente del 6%, con punte del 10% a Napoli. Non va meglio a chi, dopo anni senza incidenti, può contare su una prima classe di bonus-malus: anche per i cinquantenni infatti le polizze sono in aumento di circa il 3%, sempre secondo il monitoraggio della rivista. Non sembra esserci via di scampo per i neopatentati le cui tariffe «già partono da livelli elevatissimi». A Milano e Roma in appena cinque mesi le polizze rincarano del 7,6%, a Bologna del 5,8%. A Napoli invece, per assicurare una Fiat Punto 1.2 del valore di 1.500 euro ci vogliono oggi almeno 2.600 euro. Sul fronte dei 50enni in prima classe la situazione è un po' più articolata. Se infatti a Napoli anche questa categoria di clienti sembra cominciare a pesare nei portafogli delle compagnie (+10,4% di aumento in pochi mesi), a Milano si apprezza una controtendenza con un meno 0,90% registrata nelle offerte. A Roma e Bologna i virtuosi 50enni scontano comunque aumenti, del 2,8% e del 2,1%, anche se al di sotto del tasso di inflazione.

General Motors Presentata Volt utilitaria a elettricità

La General Motors ha presentato il nuovo modello elettrico Chevrolet Volt, atteso ormai da diversi mesi, in occasione della festa per il centenario dell'azienda di Detroit. Il piccolo veicolo, progettato per ricaricarsi direttamente alla presa di casa, è nelle intenzioni del colosso automobilistico la carta vincente contro la crisi del mercato americano dell'auto, tuttora ingombro di veicoli a benzina scarsamente efficienti.

L'amministratore delegato Rick Wagoner ha dichiarato che la «Volt rappresenta l'impegno di Gm per il futuro, una nuova via di innovazione tecnologica per rispondere alle sfide odierne e prossime dell'energia e dell'inquinamento». Wagoner ha anche rassicurato gli azionisti: prevede una ripresa a settembre e soprattutto «L'attuale posizione di liquidità di Gm è solida». Il lancio della Volt, progettato nel 2010, è stato precipitosamente affrettato per arginare i danni che la crisi della domanda sta producendo nei bilanci di Gm, che ha già collezionato due trimestri in rosso. Il veicolo è progettato per brevi tragitti, con un'autonomia di 64 chilometri per ricarica delle batterie, ma è fornito di un serbatoio ausiliario di benzina per viaggi più lunghi. Il prezzo di vendita non è ancora stato svelato, ma secondo il presidente e direttore dell'ufficio operativo Fritz Henderson una grossa mano dovrebbe arrivare dal governo, con una serie di sgravi fiscali a livello statale e federale. La diffusione della Volt dipende ancora dai limiti della tecnologia delle batterie a ioni di litio, e dalla capacità massima che nei prossimi tempi riusciranno a raggiungere. La Gm prevede che la prima «generazione» di Volt non sarà redditizia, ma servirà piuttosto ad aprire la strada a questa nuova tecnologia e a verificare le reazioni dei consumatori alla novità.

Telecom, vertenza esuberanti ad alta tensione

Non c'è ancora l'intesa sull'«uscita» di 5000 dipendenti. Il gruppo vuole mano libera

di Giuseppe Vespo

AFFAIRE Dai cinquemila esuberanti ai nodi della rete: si riaccendono i riflettori sull'ex monopolista dei telefoni. Sono giorni decisivi per il futuro di Telecom.

Sul fronte sindacale la notte tra lunedì e martedì è stata molto lunga, ma ha permesso almeno di capire priorità e posizioni dei soggetti in campo. Il confronto azienda-sindacati si è concluso alle due di martedì mattina, con quella che in sostanza si chiama rottura. E se non è tale, poco ci vuole.

Telecom, infatti, sarebbe disposta a contrattare solo sul numero degli esuberanti e sulle modalità di uscita dei lavoratori, cinquemila in tutta Italia. Rispetto a queste condizioni, Snc-Cgil, Fisl-Cisl e Uilcom, sembrano divise. Con la prima che vorrebbe mettere voce non solo sugli esuberanti, ma anche su «chi resta in azienda e sul futuro della stessa», alla luce di quello che potrebbe venire fuori col nuovo piano industriale e con gli investimenti previsti sulla rete di nuova generazione. Meno chiara la posizione della Fisl-Cisl, anche se fonti sindacali parlano di un atteggiamento più morbido rispetto a quello tenuto da Corso d'Italia. Mentre la Uilcom già a fine luglio aveva detto sì a un piano di tagli, ma solo su base volontaria. Se ne saprà di più giovedì, quando azienda e sindacati si troveranno nuovamente al tavolo

ministeriale. Fino ad allora, comunque dovrebbe restare in piedi la piattaforma comune messa a punto all'inizio di settembre. Ieri pomeriggio, fino a sera, Snc-Cgil, Fisl-Cisl e Uilcom, si sono riunite separatamente per rinfrescarsi le idee: c'è ancora la possibilità di trovare una soluzione e una posizione, comune e accettabile anche per l'azienda. Sempre ieri sera, poi, Telecom Italia ha precisato che presenterà il nuovo piano industriale «entro la fine dell'anno». La nota è arrivata al termine di una giornata piena di indiscrezioni, che han-

no portato la Consob a chiedere un chiarimento ufficiale all'azienda. Il tam-tam di quelle che l'ex monopolista ha chiamato «ipotesi giornalistiche» riguarda il futuro assetto societario. Telecom po-

Entro l'anno il piano industriale
Possibile una società ad hoc per la gestione della rete

trebbe essere divisa in due, con una società ad hoc per la vecchia rete da cui nascerà la futura infrastruttura di nuova generazione. In questo modo, separando la parte sana dell'azienda da quella appesantita dagli oneri finanziari, altri soggetti industriali potrebbero entrare nella partita e non lasciare così l'ex monopolista solo davanti a un investimento insostenibile. L'ipotesi di una società ad hoc per la realizzazione della rete è stata avanzata ieri davanti alla Commissione Trasporti della Camera sia dal presidente dell'Autorità

per le tlc, Corrado Calabrò, che da quello dell'Antitrust, Antonio Català. Entrambi gli organismi di controllo, come noto, spingono da tempo in due direzioni: da una parte la tutela della concorrenza e l'apertura delle infrastrutture a tutti gli attori presenti sul mercato in un'ottica di attenzione ai prezzi e ai consumatori; dall'altra la spinta agli investimenti soprattutto per le nuove reti (si parla di una cifra tra 8 e 15 miliardi di euro), indispensabili per non far crescere il divario che già separa l'Italia dagli altri paesi avanzati.

Affari in crescita: aumenta il tempo dedicato a Internet

Un mercato pari a 5,157 miliardi di euro: è quello dei contenuti digitali in Italia calcolato nel 2007. Lo rileva Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici nell'ambito del «Terzo Rapporto sul Mercato dei Contenuti Digitali in Italia». La crescita complessiva nel 2007, come si evince dallo studio, «è risultata pari al 21% e anche per il prossimo biennio si prevedono crescite vicine al 20%, fino ad un totale stimato in 7,340 miliardi di euro nel 2009». Dal Rapporto emerge che «gli ultimi due anni, e il 2007 in modo particolare, sono stati caratterizzati da un forte fermento nel mondo della digitalizzazione dei contenuti» e «da una pro-

gressiva transizione dei consumatori da un ruolo passivo, che per anni ha caratterizzato il mercato dell'entertainment, ad un ruolo proattivo, capace di guidare l'offerta verso lo sviluppo di nuovi servizi e di nuovi contenuti e indirizzare le linee evolutive del mercato». Dunque è aumentato anche il tempo dedicato al web da parte degli utenti: nel 2007 le ore trascorse su Internet sono aumentate di circa il 20%, arrivando a superare le 5 ore la settimana e quasi 22 ore al mese. La componente più rilevante del mercato (80%), indica Confindustria, continua ad essere rappresentata dai contenuti a pagamento, per un valore pari a 4,137 miliardi di euro.

La pubblicità si raffredda. Stanno peggio i quotidiani

Gli investimenti pubblicitari nel periodo gennaio-luglio di quest'anno sono cresciuti dello 0,5% a 5.239 milioni. Nel primo semestre la crescita è stata dello 0,9% mentre la variazione di luglio 2008 su luglio 2007 è del -3,7%. Lo rende noto Nielsen Media Research. L'analisi evidenzia nei sette mesi una leggera crescita degli investimenti sulla televisione (+1,5%) e ancora in rallentamento la stampa (-3,4%). In particolare, i quotidiani a pagamento registrano il -3,6%, i periodici -3,2%, con un deciso rallentamento soprattutto nel mese di luglio 2008. Considerando l'andamento a livello di settori, da gennaio a luglio si registra un trend positivo

per le telecomunicazioni (+4,9%) e l'abbigliamento (+10,7%), negativo per bevande/alcolici (-4,9%), finanza/assicurazioni (-7,2%) e media/editoria (-3,5%). In flessione anche l'auto (-1,3%), che nei primi sei mesi dell'anno si era mostrata stabile (+0,1% rispetto ai sei mesi del 2007), e l'alimentare (-0,5%). I top spender del periodo sono Unilever, Vodafone, Wind, Ferrero, Tim, P&G, Volkswagen, Fiat, Barilla, l'Oreal Saipo. La radio da inizio anno è cresciuta del 5,1% raggiungendo i 306 milioni. L'outdoor si è assestato a +1,0%, mentre il cinema è calato del 15,5%. Internet ha segnato un incremento del 20,7% sul periodo cumulato, ma del +7,6% sul mese.

TRIMESTRALE DELLA FUNZIONE PUBBLICA 2008 XIII, n. 1-2, 2008

QUALE STATO info: qualestatoinf.pegil.it www.pegil.it

LA COSTITUZIONE
Lo scudo e la lancia

UMBERTO ALLEGRETTI
LEONARDO AVRITZER
FRANCESCO BILANCIA
FRANCO DE FELICE
CLAUDIO DE FIORES
GIANNI FERRARA
GIUSEPPE GUARINO
PAOLO LEON
ALBERTO LUCARELLI
GIORGIO LUNGHINI
GIULIO MARCON
ISIDORO D. MORTELLARO
ADOLFO PEPE
CARLO PODDA
MASSIMO ROCELLA

e inoltre scritti di
Enzo Bernardo, Eduardo A. Carra, Mattia Diletti e Mattia Toaldo, Federico Losurdo, Corrado Oddi; contributi e interviste a cura di Sandro Morelli, Mario Santostasi