



# «Il nuovo piano di Marchionne non esiste, è solo uno scenario»

ORESTE PIVETTA  
MILANO

Soltanto uno «scenario». A tinte piuttosto cupe, per giunta. Nel senso che l'azzardo è forte, ogni previsione è ardua e comunque sarebbe difficile, pochi dati alla mano, immaginare orizzonti rosei. Sentiamo il professor Giuseppe Berta, da sempre studioso della Fiat (anche in casa Fiat), docente alla Bocconi, a proposito del «piano Fiat» (niente vicende sindacali, quindi).

**Professor Berta, possiamo far affidamento sui piani di Marchionne?**

«È da tempo che sostengo intanto che i piani di Marchionne non sono piani. I piani per essere tali dovrebbero indicare una strategia, contenere dati, scadenze, impegni, investimenti, indicazione precisa delle risorse finanziarie. Un piano dovrebbe chiarire che cosa si sa di poter fare giorno per giorno, di qui a due, tre, quattro anni e via. Marchionne invece questo non dice... Anche Fabbrica Italia non rappresentò un piano». **È la critica costante dei sindacati. Cioè di un sindacato. La Fiom...**

«Marchionne dipinge scenari che di volta in volta cambia, adatta, evocando ora una possibilità, ora un'altra. Nessuno nasconde la durezza della crisi, ma non la si può richiamare come un alibi, se il progetto è debole e incoerente. Anche nell'intervista che abbiamo letto sul *Corriere* non si coglie una determinazione precisa...».

**Forse non si poteva pretendere da una pagina tanto istituzionale... Marchionne fa un po' la parte dell'imbonitore.**

«Non ci si può limitare a sbandierare nomi, speranze, promesse, soprattutto se contraddici quanto avevi scritto nel piano precedente. La strategia dove sta? Adesso la strategia si riassumerebbe nel rilancio dell'Alfa, dopo aver sancito la morte della Lancia, e nella scommessa sulla Maserati, puntando sull'alta gamma e facendo per questo a spallate con i tedeschi. Del rilancio dell'Alfa abbiamo sentito dire dozzine di volte negli ultimi vent'anni. Il risultato è che l'Alfa sta sul mercato con un paio di modelli, altri non se ne progettano, come se per ricostruire l'immagine e il mercato di una impresa di tanta storia e tradizione fosse sufficiente camuffare qualche modello Chrysler. Quello che si è fatto in modo fallimentare con la Lancia: una mascherina non basta, il cliente s'accorge del trucco. L'altro punto è la Maserati. La Maserati che si fa a Grugliasco, che dovrebbe incrociare grandi numeri. Si dice che a Torino, malgrado

## L'INTERVISTA

### Giuseppe Berta

**Il docente della Bocconi: non si capisce la strategia, dove sono le risorse, quali sono gli investimenti. Il lusso? Bisognerà fare a sportellate coi tedeschi**



il declino, sopravvivono le competenze per realizzare modelli di lusso. E chi lo nega? Pininfarina ci ha proposto vetture straordinarie. La Maserati potrebbe riproporsi con ottimi modelli. Ma parliamo di auto di lusso, di una nicchia».

**Cambierà anche Torino?**

«Si dice che Maserati potrebbe fare bene anche a Torino, che potrebbe proporsi come città del lusso, del turismo ricco, dell'arte, dei gioielli, dei prodotti alimentari e quindi anche delle automobili. Immaginiamo sotto la Mole una piattaforma nel segno dell'alta qualità italiana in un contesto piemontese. Ma si corre un rischio: la Maserati dei grandi numeri (ammesso che sia realistico pensarli) si deprezza, diventa un prodotto di massa, perde la sua connotazione di esclusività. E poi quali numeri? Cinquemila? Trentamila? Quarantamila? In

...

**Il rilancio dell'Alfa è stato promesso una dozzina di volte, la Maserati di massa perde valore**

ogni caso non si salva così l'industria automobilistica nel nostro Paese. La Maserati in casa Fiat, l'azienda che ha puntato sui modelli economici, sulla diffusione capillare e popolare dell'auto, potrebbe essere la punta di un iceberg, non la sostanza della catena industriale».

**La ciliegina sulla torta. Ma ci vuole la torta ed è vero che non è facile rinunciare alla mitica "alta gamma"...**

«Purtroppo s'arriva tardi: i clienti ricchi sanno già dove andare. Se poi si vuol tenere fermo quell'obiettivo, si potrebbe cogliere qualche insegnamento dalla storia dei nostri vicini tedeschi, quelli con i quali vorrebbe competere l'amministratore delegato di Fiat. Ecco, i tedeschi a un certo punto hanno deciso di rilanciare un loro marchio di fascia alta, l'Audi. Ma ci sono riusciti al prezzo di investimenti altissimi, di una tenacia proporzionata, con una potenza di fuoco che la Fiat non so come possa pensare di mettere in campo. Marchionne può scegliere quella strategia, ma dovrebbe avere a disposizione risorse illimitate».

**Nessuno ha la bacchetta magica. Marchionne fa i conti con risorse limitate e con la natura degli stabilimenti Fiat.**

«Infatti. Mi sembra, ad esempio, difficile riorganizzare al fine di una produzione d'alto valore uno stabilimento come Mirafiori, nato negli anni Trenta, pensando ad un mercato che sarebbe dovuto diventare di massa. Siamo ad un passaggio delicato, difficile, che però Marchionne non ci aiuta a capire, come hanno testimoniato le fredde reazioni della Borsa, le note del *Financial Times* e come lui stesso riconosce, quando avverte che l'obiettivo per il 2014 sarebbe produrre quattro milioni e mezzo di vetture, cioè più o meno quante se ne stanno producendo adesso. Prima indicava cinque milioni ottocentomila. Un passo indietro».

**Però Marchionne vanta i successi americani. Dice che da lì arriveranno i soldi.**

«Prima deve concludere con Chrysler e non sembra scontato perché i sindacati non sono disposti a vendere alle cifre indicate da Marchionne, vogliono tenere il controllo, la fusione diventa tutt'altro che facile. Poi auguriamoci per Marchionne e la Fiat che vinca Obama, perché Mitt Romney non la pensa bene».

**Attaccando Marchionne sul trasferimento di produzioni Usa in Cina...**

«Vincesse Romney, non illudiamoci: Marchionne e la Fiat (*Italians*, per usare la sua espressione) non avrebbero vita facile».

## RETRIBUZIONI DEI BANCHIERI

### Erogati 134 milioni di compensi nel 2011

Ammontano a circa 134 milioni di euro i compensi erogati, nel 2011, dalle principali otto banche italiane ai propri consiglieri, dirigenti e sindaci. È quanto emerge dalle relazioni sulle remunerazioni consultate dall'Ansa, dopo l'invito di mercoledì del governatore di Bankitalia, Ignazio Visco, a ridurre i costi di dirigenti e amministratori. Intesa Sanpaolo ha speso circa 28,3 milioni, Mediobanca 20,8 milioni, Unicredit 18,7 milioni, il Banco Popolare 18,2 milioni, Ubi Banca 13,4 milioni, Mps 13,2 milioni, la Bpm 11,1 e la Popolare dell'Emilia 10,7 milioni. Secondo il bollettino della Consob le banche italiane, che hanno avviato programmi di esuberanti che coinvolgono circa 20 mila dipendenti, nel 2011 hanno accumulato complessivamente perdite per 26,1 miliardi di euro, a

causa della svalutazione degli avviamenti accumulati negli anni dei grandi processi di aggregazione. I banchieri più pagati nel 2011 sono quelli in uscita, grazie ai trattamenti di fine rapporto e alle buonuscite che però non raggiungono più i livelli stellari a cui ci avevano abituati Alessandro Profumo (40 milioni da Unicredit), Matteo Arpe (31 milioni per l'addio da Capitalia) e Cesare Geronzi (20 da Capitalia, con un bis da 16 milioni alle Generali). In testa alla classifica del 2011 si colloca Antonio Vigni, ex direttore generale di Mps, che ha percepito 5,4 milioni (4 milioni come Tfr), appaiati a 3,5 milioni ci sono il ministro dello Sviluppo Economico, Corrado Passera, ex ad di Intesa Sanpaolo (che ha incassato solo il Tfr) e l'ex dg della Bpm Fiorenzo Dalu.

# «Le incertezze politiche condizionano la ripresa»

- Per Confindustria, sul ritorno alla crescita economica pesa l'incognita delle elezioni
- L'allarme Cgia: «Ogni giorno muoiono mille aziende». Nuove imprese figlie dell'emergenza

LUIGINA VENTURELLI  
MILANO

«La caduta della domanda interna è stata così violenta da creare spazi per un rimbalzo». L'immagine plastica scelta da Confindustria per descrivere l'attuale congiuntura economica non potrebbe essere più chiara: la crisi ha spinto così in basso i consumi in Italia da rendere più facile una loro prossima risalita. Presto, ma non subito. Perché la parziale tenuta di agosto potrebbe essere seguita da un autunno più freddo del previsto.

### MARGINE PER LA RIPRESA

Secondo il Centro Studi di Viale dell'Astronomia, infatti, la tanto attesa ripresa economica è minacciata dalle incertezze politiche che pesano sull'Ita-

lia, sull'Europa e sugli Stati Uniti. Il ritorno alla crescita, dunque, potrebbe non avvenire prima che il voto di primavera abbia svelato la composizione di parlamento e governo nazionale, dunque prima che sia chiara la discontinuità o meno rispetto a un esecutivo Monti che ha fatto molto «per il rigore» ma troppo poco «per la crescita».

Tanto più che il quadro resta condizionato anche dalle titubanti reazioni dell'Unione europea alla crisi (compresi benefici e limiti ineludibili dell'innovativo strumentario della Bce), in cui si sommano gli aggiustamenti dei bilanci privati e quelli dei conti pubblici. Più che abbastanza per comprimere disponibilità di credito e domanda di famiglie e imprese. Anche gli interrogativi su chi sarà il prossimo inquilino della Casa Bianca, infine, contribuiscono a



...

**«La caduta della domanda interna è stata così violenta da creare spazi per un rimbalzo»**

rendere incerto lo scenario, almeno per quanto riguarda le ricadute sulle scelte di bilancio pubblico e sulla Fed.

Non stupisce, dunque, la prudenza delle previsioni di Confindustria: «Le turbolenze non sono finite». E poiché «le statistiche di agosto hanno sorpreso all'insù» avverte il Centro Studi nella presentazione della congiuntura flash di ottobre gli industriali, «il meno peggio estivo può tradursi in una flessione più marcata in autunno». Per la ripresa servirebbe lo sblocco del credito, «che invece si riduce in Italia dello 0,5% in agosto su luglio, e del 3,2% dal settembre 2011». Lo spread, infatti, è «ancora ampio e alti sono i livelli dei tassi. Le banche italiane faticano a emettere obbligazioni, calano raccolta interbancaria e depositi dall'estero».

### IMPRENDITORI E CRISI

Confermano la debolezza dell'economia italiana anche gli ultimi dati della Cgia di Mestre sulla natalità e mortalità delle imprese nazionali. Anche se quelle nate sono più numerose di quelle cessate, nei primi nove mesi di quest'anno sono state quasi 280mila

quelle che hanno chiuso i battenti. Praticamente 1.033 ogni giorno.

Secondo l'associazione degli artigiani, anche il saldo positivo - pari a quasi 20mila unità - non è un elemento rassicurante, se si considera che ad aprire sono soprattutto aziende con dimensioni occupazionali molto contenute, mentre quelle che chiudono sono quasi sempre delle attività strutturate con diversi lavoratori alle loro dipendenze. Prova ne sia - sottolineano dalla Cgia - che il tasso di disoccupazione sta crescendo in maniera preoccupante.

«Dobbiamo ricordare che molte persone hanno aperto un'attività in questi ultimi anni di crisi, non perché in possesso di una spiccata vocazione imprenditoriale, bensì spinti dalla necessità di costruirsi un futuro occupazionale dopo esser stati allontanati dalle aziende in cui prestavano servizio come lavoratori dipendenti» spiega il segretario dell'associazione, Giuseppe Bortolussi. Non a caso, entro i primi cinque anni di vita il 50% delle aziende muore per mancanza di credito, per un fisco troppo esoso e per una burocrazia che spesso non lascia respiro.