

## IL MATRIMONIO DELL'AUTO

# Fiat se ne va, ci lascia la cassa integrazione

● **Nasce Fiat Chrysler Automobiles**, la sede legale sarà in Olanda, quella fiscale in Gran Bretagna ● **Bilancio sotto le attese**, il Lingotto sospeso in Borsa ● **Letta**: contano i posti di lavoro

GIUSEPPE VESPO  
MILANO

Torino, 11 luglio 1899 - 29 gennaio 2014. Dopo 115 anni il marchio Fiat va in pensione. «Inizia un nuovo capitolo della nostra storia», dice John Elkann. Che non verrà più scritta sotto la Mole. Fca - Fiat Chrysler Automobiles sarà una società di diritto olandese con sede fiscale in Gran Bretagna, quotata in Borsa a New York e a Milano. La rivoluzione sarà completa entro la fine dell'anno, mentre a maggio verrà presentato un piano strategico di lungo termine alla comunità finanziaria.

È quanto ha deciso ieri il cda di Fiat Spa, l'ultimo del gruppo così come si conosceva fino a oggi. L'organizzazione resterà la stessa, dice l'azienda, divisa in «quattro regioni operative. Tutte le attività che confluiranno in Fca proseguiranno la propria missione, compresi naturalmente gli impianti produttivi in Italia e nel resto del mondo, e non ci sarà nessun impatto sui livelli occupazionali».

Possono dunque stare tranquilli sindacati e operai, tra i quali i circa tremila cassintegrati (su cinquemila) di Mirafiori e i lavoratori di Cassino, che aspettano nuovi modelli da produrre? «Abbiamo lavorato caparbiamente e senza sosta a questo progetto per trasformare le differenze in punti di forza e per abbattere gli steccati nazionalistici e culturali», scrive Marchionne nel comunicato redatto al termine del cda.

### «OTTIMI RISULTATI»

Quindi il manager si è confrontato con la comunità finanziaria per l'illustrazione dei conti del gruppo, che sono sotto le attese e che neanche quest'anno permetteranno agli azionisti di incassare dividendi. L'utile della gestione ordinaria, nel 2013, è sceso a oltre 3,39 miliardi, rispetto ad attese per circa 3,6 miliardi; l'utile netto è salito a 1,95 miliardi (da 896 milioni nel 2012). Mentre il debito è di 6,6 miliardi, «piuttosto elevato», ammette lo stesso Marchionne, che si ripro-

mette di «rafforzare la base di capitale» appena terminato il trasferimento in Olanda.

### TONFO

Numeri che hanno fatto scivolare il titolo a Piazza Affari, tanto che per un po' Fiat è rimasta sospesa, prima di chiudere la sessione in calo del 4,11 per cento. Marchionne si ritiene comunque soddisfatto: «Abbiamo avuto i primi segnali incoraggianti della nostra strategia premium con ottimi risultati nel quarto trimestre 2013, speriamo di mantenere gli stessi margini nel 2014».

Poi annuncia gli investimenti, che ammontano a otto miliardi di euro, mezzo milione in più dell'anno passato. L'obiettivo è scalare la *top ten* dei produttori di auto, dall'attuale settimo posto, vendendo già da quest'anno 4,5 - 4,6 milioni di automobili, di cui un milione tra Europa, Africa e Medio Oriente, circa 2,4 tra Canada, Messico e Stati Uniti -

### CAMUSSO

#### Le scelte del gruppo impoveriscono ancora il Paese

«Preoccupa che un gruppo come Fiat decida di andare a pagare le tasse in un altro Paese facendo un'operazione anche qui di impoverimento». Così la leader della Cgil, Susanna Camusso, sul trasferimento del domicilio fiscale del nuovo gruppo nato dalla fusione di Fiat e Chrysler. Anche ieri Camusso è tornata a lamentare l'assenza di un tavolo nazionale sul settore dell'*automotive*. «In molte occasioni abbiamo detto che serve capire le dinamiche del sistema automobilistico nel nostro paese», ma «non c'è un luogo di discussione».

dove il gruppo realizza il 54 per cento dei suoi ricavi - un milione in America Latina e duecento mila nell'Asia Pacifico.

Attenzione, però: «Il 2014 è ancora un anno di transizione», i miglioramenti veri si vedranno solo dal 2015, che sarà anche il penultimo anno della gestione del manager alla guida del gruppo italo americano. Ancora tre anni, dunque, poi il timone passerà di mano, verosimilmente all'interno della cerchia dei suoi collaboratori. «Mi sono circondato di persone molto valide e credo che da questo gruppo emergerà il mio successore. Non sarebbe corretto, vista la forza di questi manager, affidare il compito a qualcuno di esterno».

### GLOBALITÀ

Parole pronunciate poco prima dell'incontro previsto con i sindacati metalmeccanici, ai quali in serata sono stati illustrati conti e prospettive, che hanno occupato il dibattito della giornata al pari dell'accordo sulla legge elettorale. Da Bruxelles è intervenuto pure il premier Enrico Letta, con il quale Marchionne si è visto martedì. Dal presidente del Consiglio, sono arrivate rassicurazioni sul fatto che non conta poi così tanto la sede legale del nuovo gruppo - «una questione assolutamente secondaria» - «contano i posti di lavoro, il numero di auto vendute, la competitività e la globalità». Sulla stessa linea Raffaele Bonanni, segretario Cisl, che si dice «tranquillo, perché gli investimenti vanno avanti e siamo lontani dalle difficoltà del passato».

La questione delle tasse all'estero viene ripresa in un passaggio del comunicato emesso dal gruppo automobilistico: «Questa scelta non avrà effetti sull'imposizione fiscale cui continueranno ad essere soggette le società del gruppo nei vari Paesi in cui svolgeranno le loro attività». La decisione è presa. A poco più di un secolo dalla nascita, Fiat cambia pelle, lascia la sua città natale per Olanda e Gran Bretagna. Entro ottobre la quotazione a New York, poi quella secondaria a Piazza Affari.

...

**Nuovi investimenti per otto miliardi, nel 2014 l'obiettivo è vendere 4,6 milioni di automobili**

### STORIA DI UN'IMPRESA, STORIA DI UN PAESE

#### La società anonima Fabbrica automobili



L'11 luglio 1899 viene fondata la Società anonima Fabbrica italiana automobili Torino. Tra i fondatori c'è Giovanni Agnelli, che all'inizio è solo un azionista di minoranza. Ma presto assumerà il controllo della società

#### Dal biennio rosso a Mussolini



Torino è teatro delle prime lotte operaie all'inizio del secolo. La prima officina Fiat è in corso Dante, con un centinaio di dipendenti. Nel 1924 parte il leggendario Lingotto, Mussolini nel 1939 inaugura la grande Mirafiori



## Il nuovo logo? Freddo e pulito, segno di discontinuità

LAURA MATTEUCCI  
MILANO

«La I di Italia certo non l'avrebbero potuta inserire, per evidenti motivi...». Ma non si tratta solo di evitare acronimi suggestivi. Annamaria Testa, pubblicitaria, docente in vari atenei (negli ultimi anni in Bocconi) di Scienze della comunicazione, fondatrice e titolare della società Progetti Nuovi di Milano, commenta il nuovo logo - FCA stilizzato e colorato di un azzurro cielo - della società che fu solo la Fiat di Torino e a cui ora si è aggiunta, con pari dignità, la Chrysler di Detroit. «È normale che sia sparito il riferimento all'Italia: non corrisponderebbe più alla realtà di un'azienda internazionale che cerca mercati globali», spiega.

**Che ne dice, le piace? Le sembra efficace?**

«Parlando di questi temi, la logica del mi piace/non mi piace è parecchio scivolosa. Ormai l'esercizio di chiacchiere sui loghi aziendali è il corrispettivo di quello fatto sul calcio al bar, dove tutti si sentono et nazionali. Direi che è un logo in grande discontinuità con il

### L'INTERVISTA

#### Annamaria Testa

Per l'esperta di comunicazione «durerà nel tempo». E comunque «era giusto cambiare identità: la Fiat come l'abbiamo conosciuta non esiste più»



Il marchio del nuovo gruppo automobilistico

precedente, il che corrisponde ad una reale, marcata discontinuità aziendale: Fiat non esiste più così come l'abbiamo conosciuta, è giusto cercare un'altra identità o, come si dice, un'altra corporate identity. È molto semplice, ben costruito, anche il colore non è male. Si vede che è il frutto del lavoro di professionisti, che dietro ci sono studi e ricerca. Inoltre, mi sembra abbia l'ambizione di essere internazionale e di durare nel tempo, elementi importanti per un logo».

### Non le pare un po' freddo?

«Certo, per noi risulta poco emozionale se paragonato al vecchio, che però in realtà siamo noi a caricare di ricordi e di vissuto. E poi, mica è il logo di una marca di profumi... Questa è un'impresa industriale che fa automobili, deve comunicare solidità, contemporaneità, tecnologia. Deve competere con Bmw, Toyota, Honda, Audi, i cui loghi non mi sembrano affatto più caldi. Quello precedente obbediva a tutt'altre logiche, e peraltro ha subito negli anni numerosi restyling: il penultimo, radicale, verso la fine del secolo scorso. L'ultimo, con un parziale ritorno al pas-

sato, solo una manciata di anni fa. Ma soprattutto, ripeto, siamo noi che carichiamo i loghi di emozioni che appartengono al nostro modo di interagire coi prodotti. Quando è uscito per la prima volta il baffo della Nike era solo un segno sul foglio, negli anni invece si è colmato di significati: sfida, coraggio, epica del corpo... I loghi sono collettori di emozioni che aggiungiamo noi, col tempo».

### Insomma, lo promuove?

«Non mi fa strappare le vesti dall'entusiasmo, cosa che in effetti capita raramente. Comunque è contemporaneo, cosmopolita, semplice, ben disegnato. Non nasce zoppo, poi certo dovrà correre insieme alle sue automobili, e lo dovrà fare anche tra dieci, vent'anni. Nel 2030 potrà ancora avere un senso? Questo è il genere di domande che si pongono i professionisti nel momento dell'ideazione e della realizzazione di un logo».

### Lei che risposta darebbe?

«A me sembra capace di durare. Ma una cosa è sicura: il migliore dei loghi senza prodotto non va proprio da nessuna parte».