

MARCO VENTIMIGLIA
MILANO

«Oggi è un grande giorno che ho aspettato a lungo. Più che un nuovo capitolo, si tratta di un nuovo libro. Questo giorno è il primo di una nuova vita di Fca, un gruppo fatto da trecentomila uomini e donne che mettono il loro impegno». L'enfasi non è mancata, ma per una volta si può dire che è stata usata a ragion veduta. Infatti, anche i detrattori di Sergio Marchionne, che in Italia non mancano di certo, possono convenire che la conferenza andata in scena ieri a Detroit, con la presentazione del primo piano industriale dopo la recente fusione fra Fiat e Chrysler che ha dato vita al gruppo Fca, rappresenta un'autentica soluzione di continuità per un'azienda che ambisce a divenire, entro il 2018, uno dei maggiori player planetari nel mercato dell'auto, con più di sei milioni di vetture vendute. Un appuntamento dove non sono mancate parole e cifre che riguardano da vicino il nostro Paese, con gli ambiziosi piani di crescita per Alfa Romeo e Maserati che passano per il rilancio dell'attività industriale negli stabilimenti italiani, fra l'altro impiegati anche per coprire parte della produzione relativa al brand Jeep.

«È la prima volta che Fiat e Chrysler presentano insieme un unico piano industriale», ha sottolineato l'amministratore delegato di Fca aprendo il mega evento svoltosi nel gigantesco quartier generale Chrysler di Auburn Hills, al quale hanno partecipato più di 100 giornalisti e 200 analisti provenienti da tutto il mondo, oltre ai rappresentanti sindacali americani ed italiani, con la vistosa eccezione della Fiom Cgil che non è stata nemmeno invitata. «Siamo pronti

Il rilancio di Marchionne su Alfa Romeo e Maserati

● **Nel piano industriale di Fca illustrato a Detroit un'accelerazione sui due marchi con mezzo milione di auto prodotte in Italia nel 2018**

● **Ribadito il no alla vendita della Ferrari**

tore delegato di Fca aprendo il mega evento svoltosi nel gigantesco quartier generale Chrysler di Auburn Hills, al quale hanno partecipato più di 100 giornalisti e 200 analisti provenienti da tutto il mondo, oltre ai rappresentanti sindacali americani ed italiani, con la vistosa eccezione della Fiom Cgil che non è stata nemmeno invitata. «Siamo pronti

per il prossimo passo», ha proseguito Marchionne che ha promesso «una grande rottura con il passato» definendo il piano industriale come «il diretto risultato della nostra capacità di agire come una società unica». Ed ancora, il numero uno di Fiat e Chrysler si è detto «ambizioso» perché «non vale la pena essere mediocri».

5 MILIARDI DI INVESTIMENTI

Delle molte slide che sono state mostrate nel corso della conferenza stampa americana la più impressionante ha riguardato proprio Alfa Romeo: un diagramma nel quale il target di vendite del marchio viene fissato a quota 400mila auto nel 2018. Per capire l'enormità industriale della cosa, basti pensare che l'anno scorso le vendite del brand sono state pari a 74mila unità. Ciò significa che nel suo piano il gruppo Fca prevede per l'Alfa Romeo un balzo delle vendite del 440,5% rispetto al

2013. In particolare, questa impetuosa espansione è legata al lancio di ben sei nuovi modelli tra il 2016 e 2018, più una spider nel 2018. Ma la commercializzazione di una nuova Alfa è prevista già sul finire dell'anno prossimo. In tutto, dunque, vengono messi in cantiere un totale di otto nuovi modelli nel lasso temporale coperto dal piano industriale. Da qui il citato obiettivo di crescita, con il raggiungimento della produzione annuale di 400mila unità in virtù di un investimento complessivo sul marchio Alfa che raggiungerà i 5 miliardi di euro. Non si è invece appreso molto sulla localizzazione della produzione, anche se nel corso della conferenza è stato specificato che «le auto e i motori Alfa Romeo saranno rigidamente ed esclusivamente italiani, così come tutta la produzione». Per il brand Fiat, invece, le previsioni indicano un passaggio dall'attuale milione e mezzo di auto a 1.900.000 alla fine del piano. La maggiore crescita è

prevista in Asia da 70mila a 300mila pezzi. In America del Nord si passa da 50 a 100 mila. America Latina e Europa resteranno invece sugli attuali livelli.

Simili a quelle dell'Alfa le dinamiche previste per il brand Maserati, seppur in un segmento di mercato diverso, quello del lusso, e con numeri più ridotti. Nel dettaglio, fra il 2014 ed il 2018 sono previsti due miliardi di investimenti e quattro nuovi modelli. Le Maserati Levante, Alfieri Coupé, Alfieri Cabrio e Gran Turismo verranno costruite tra Torino e Modena, passando dalle attuali 15mila vetture l'anno fino a 75mila unità nel 2018, quindi cinque volte di più. E rimanendo nel segmento del lusso, un capitolo speciale è quello relativo alla Ferrari. Innanzitutto Marchionne ha ribadito che il Cavallino «non è in vendita», mettendo così a tacere le voci secondo cui sarebbe stata possibile la cessione di almeno una parte della società. «Se qualcuno di voi ha sogni fantastici di piazzare Ferrari nelle giuste mani, non ho bisogno del vostro aiuto», ha aggiunto il manager italo-canadese ricordando che i broker stimano per Ferrari una valutazione tra i 3,3 miliardi di euro e i 5,4 miliardi. Da Maranello uscirà una nuova «rossa» all'anno con un volume di vendite previsto a quota 7.000 unità nel 2018. «volutamente stabile rispetto alla produzione attuale per mantenere l'unicità del marchio».



Sergio Marchionne ieri a Detroit ha presentato il primo piano industriale globale di FCA. Quattro anni fa al Lingotto presentò il piano "Fabbrica Italia", mai realizzato



La Jeep Wrangler uno dei modelli Chrysler più famosi. La Jeep è uno dei marchi di punta del gruppo per il quale Marchionne ha programmato obiettivi molto ambiziosi



La storica Alfa Romeo Giulietta. Il marchio della casa milanese verrà rilanciato con investimenti di 5 miliardi di euro. È l'ennesimo tentativo di rilancio



La Ferrari F150 La Casa di Maranello è uno dei pezzi più pregiati del gruppo FCA. Marchionne ha smentito qualsiasi ipotesi di vendita e la produzione resterà limitata a 7000 auto l'anno

«L'America non scherza, le promesse vanno mantenute»

LUIGINA VENTURELLI
MILANO

«Se nel 2018 gli obiettivi annunciati saranno stati raggiunti, l'Italia si sarà riconquistata un posto nel sistema mondiale dell'auto» conclude Giuseppe Berta, docente di Storia dell'industria all'Università Bicconi di Milano. Parole meno evocative dei «sogni nel cassetto» rivendicati dall'amministratore delegato Sergio Marchionne, ma che meglio chiariscono quale sia la posta in gioco per il gruppo Fiat Chrysler e per il nostro Paese.

Che cosa ne pensa del progetto industriale presentato ieri a Detroit?

«Si tratta di un piano molto ambizioso, perché illustra il tentativo del gruppo Fca di fare un salto dimensionale notevole per diventare a tutti gli effetti un gruppo globale in grado di inserirsi stabilmente tra i protagonisti del mercato mondiale delle quattro ruote. Un mercato che nel gruppo di testa vede stabilmente al primo posto Toyota con 10 milioni di auto prodotte ogni anno, seguita da General Motors, a sua volta strettamente tallonata da Volkswagen. Fiat Chrysler vorrebbe inserirsi tra gli inseguitori insieme a Ford e alla coreana

Hyundai Kia, e per farlo deve raggiungere il famoso obiettivo di 6 milioni di auto di produzione annuale, in grado di metterla al riparo dalle fluttuazioni più forti del mercato».

Lo considera un obiettivo alla portata del gruppo?

«Certo è una sfida bella ma molto impegnativa, per la quale dovrà uscire dalla vecchia pelle della classica produzione Fiat centrata sulle utilitarie. Mi sembra che i marchi su cui si giocherà la partita siano soprattutto due, Jeep e Alfa Romeo. Per il primo si punta ad una crescita delle vendite del 160% a quasi due milioni di unità, mentre per il secondo l'ambizione è ancora più grande, con un passaggio da 74mila a 400mila automobili vendute nell'arco di un quinquennio grazie a otto nuovi modelli e 5 miliardi di investimenti. Numeri impressionanti, che faranno la differenza per la riuscita complessiva del piano e, soprattutto, per i suoi effetti sull'Italia».

Perché il destino degli stabilimenti italiani si gioca sull'Alfa Romeo?

«Perché i siti industriali nazionali non possono limitarsi alle produzioni di nicchia di Ferrari e Maserati, della Panda a Pomigliano e di un modello Jeep a

L'INTERVISTA

Giuseppe Berta

Secondo lo storico il destino degli stabilimenti italiani è legato al successo del marchio Alfa Romeo, simbolo della tradizione motoristica nazionale



Melfi. Il piano di Marchionne prevede di moltiplicare di cinque o sei volte la produzione di Alfa Romeo per entrare in competizione diretta con nomi prestigiosi come Bmw, Lexus e Audi. Certo il marchio può vantare i successi recenti, una grande tradizione e design d'eccellenza, ma si tratta di elementi di contorno. Alfa Romeo ha bisogno di un elemento competitivo forte per crescere tanto contro concorrenti formidabili, che gli può venire solo da un asse di continuità con Ferrari e Maserati. Deve presentarsi con una dotazione motoristica degna di questa storia, ma a prezzi competitivi».

In che modo verrà coinvolta l'Italia?

«Queste vetture di alta gamma non potranno certo essere prodotte in Serbia o in Polonia. Nessuno comprenderebbe una Ferrari o una Maserati che non fossero fatte in Italia, così Alfa Romeo non potrà che essere prodotta nel nostro Paese per evocare distintamente la tradizione motoristica nazionale». **A maggior ragione, allora, dobbiamo sperare che gli obiettivi illustrati da Sergio Marchionne siano raggiunti e che il piano appena presentato abbia miglior sorte del vecchio piano Fabbrica Italia.** «In proposito va registrata una importante novità: queste cose non sono sta-

te dette in Italia, ma negli Stati Uniti, davanti a centinaia di analisti finanziari che faranno le pulci a tutto quanto è stato annunciato, soprattutto in vista della quotazione di Fca alla Borsa di Wall Street. Marchionne ha dunque preso impegni consistenti, che si miseranno in un arco temporale determinato, e per il cui mancato raggiungimento non potrà certo lamentare la non rispondenza sindacale».

Il momento però è buono. Dopo anni di crisi, il mercato dell'auto sta tornando a crescere.

«Marchionne ha sempre sostenuto di non voler lanciare nuovi modelli in una fase di contrazione del mercato. Ma oggi ci sono molti segnali positivi: gli Stati Uniti stanno tornando ai livelli precedenti alla crisi con 16 milioni di auto vendute e continua ad aumentare la Cina, che con 22 milioni è il primo mercato mondiale, e dove la Fiat sconta un ritardo storico con cui ora dovrà per forza fare i conti. Serve un radicale cambio di passo: per essere globale Fca dovrà essere presente dappertutto, nessuna area esclusa. Il mercato attuale è molto severo, non ammette eccezioni e, in caso di errori, concede poche prove d'appello».