

SALVATORE TROPEA

GINEVRA — Dalle fredde rive del lago Michigan a quelle più miti del Lemano, il grande circo dell'industria mondiale dell'auto cambia per la seconda volta vetrina in questo 2007, ritorna nella vecchia Europa e atterra sul campo neutro di Ginevra per una partita nella quale i contendenti sono gli stessi degli anni passati ma con ambizioni, prospettive diverse e qualche brivido in più. Ginevra come punto di partenza di un confronto che non si giocherà soltanto a colpi di nuovi modelli ma anche sul tavolo delle alleanze: quelle cercate per diventare più grandi e più potenti e quelle inseguite per non diventare più piccoli e uscire dal giro mondiale. Ginevra come crocevia di destini aziendali non scritti ma in costante evoluzione in un mercato dell'auto ondivago, a tratti erratico che non concede sicurezze o primati duri. Ginevra come apparente esibizione di muscoli e reale occasione per studiarsi, capire in quale direzione si muove l'avversario, in compagnia di chi, per fare che cosa.

Rispetto a dodici mesi fa lo scenario è cambiato. Per tutti o quasi. Certamente per la Fiat che allora non era fuori dalla turbolenza pur avendone avvistato l'uscita. C'era ancora qualcuno che dubitava, forse sperava, che Sergio Marchionne mancasse l'obiettivo. Il Lingotto non era dato più per spacciato, ma a qualche manager di Torino capitava ancora di sentirsi dire che cosa ci facesse in giro per il mondo. Un anno dopo tra i grandi dell'auto c'è chi è costretto a misurarsi con difficoltà non del tutto messe in conto.

Agli Europei dell'auto

La Renault fatica a digerire il sorpasso a opera dei torinesi dopo aver archiviato i progetti di grandi alleanze alle quali per la verità non ha mai creduto. Il probabile divorzio tra Chrysler e Daimler potrebbe chiudere un'altra infelice alleanza che richiama alla memoria quella tra Fiat e Gm a conferma che gli americani, grandi colossi in declino, non sono più un partito appetibile. I costruttori del Far East con in testa i giapponesi della Toyota rappresentano sempre di più una mi-

naccia per i competitor storici. Mentre sullo sfondo si avverte l'ansia di tutti di conquistarsi un posto sui mercati in espansione della Cina e dell'India.

La rassegna ginevrina è lo specchio di questa nuova situazione dai contorni ancora non definiti. Con al centro qualcosa che nessuno o pochi erano in grado di prevedere un anno fa. Almeno non nei termini in cui si è verificato. Questo capovolgimento di fronte porta a Torino e spiega perché oggi tutti i ri-

flettori sono puntati sul "miracolo Fiat". Il Lingotto è diventato argomento di studio. Da azienda destinata al declino, la Fiat è oggi guardata con interesse, attenzione, in qualche misura anche corteggiata, per quanto è riuscita a fare e per quanto promette di poter ancora fare per recuperare il rango perduto e andare oltre.

Sotto la lente c'è la cura Marchionne, quella che dopo aver cancellato il colore rosso che dominava nei conti, in particolare in quelli

Le anteprime da non perdere...



- | | | |
|-------------------|-----------------------|-------------------------|
| Abarth Punto | Dodge Nitro | Peugeot 207 SW |
| Audi A5 | Ford Mondeo | Peugeot 4007 |
| Bmw X5 | Hyundai I 30 | Renault Twingo |
| Chevrolet HHR | Lexus IS-F | Skoda Fabia |
| Citroen C Crosser | Maserati Gran Turismo | Smart Fortwo |
| Daihatsu Cuore | Mazda 2 | Toyota Auris |
| | Mercedes C | Volkswagen Golf Variant |
| | Nissan Qashqai | Volvo V70 |

Fiat subito protagonista

dell'auto, ha trovato la sua ultima legittimazione nell'accordo col governo sulla mobilità lunga, ovvero nell'applicazione di un meccanismo di ricambio del sangue non come esodo da un'azienda in crisi ma come ingresso di forze giovani a premessa di espansione.

C'era una volta il piano 2007-2010, presentato dall'ad del Lingotto agli analisti e già ampiamente rispettato. Sembrava un punto di arrivo ma non è così. Marchionne vuole andare oltre e lascia indovi-

nare già un anno di ritocchi al rialzo degli obiettivi, come in parte ha già mostrato nei primi due mesi.

«Considerando anche l'apporto dei partner con i quali abbiamo stretto alleanze mirate contiamo di arrivare a 3,5 milioni di auto vendute», ha annunciato a fine gennaio. «Ciò significa che nel giro di quattro anni Fiat Group Automobiles guadagnerà almeno due posizioni nella classifica dei più grandi costruttori mondiali di auto». Qualche mese fa si sarebbe accontentato, come

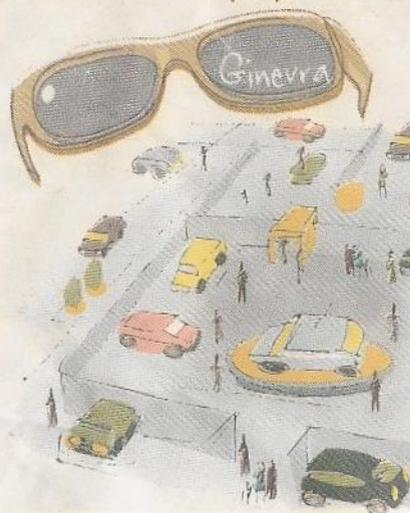
del resto aveva detto, di una quota del 30 per cento in Italia e del 7 in Europa: oggi questi obiettivi sono stati innalzati rispettivamente al 31 e all'8 per cento. E non è detto che non possano ancora essere ritoccati. Sul piano finanziario il target del titolo a 15 euro, che pure sembrava un traguardo più che rispettabile sul finire del 2006 sulla soglia dei 12 euro, è stato abbondantemente superato. Qualche agenzia aveva puntato su quota 18 euro e c'era anche chi, in tempi non ravvicinati,

aveva azzardato il target di 20 euro. Oggi Marchionne è convinto che non si tratta di un miracolo.

L'ultimo ritocco è l'anticipazione del lancio commerciale di quella nuova Cinquecento il cui prototipo era stato presentato proprio qui a Ginevra un paio di anni fa: era in programma per fine settembre e invece la nuova vettura esordirà il 4 luglio. Ancora uno scatto di reni nell'anno del cinquantenario della gloriosa utilitaria che contribuì, assieme alla Seicento, alla motorizzazione di massa dell'Italia del boom economico. Ciò consentirà a Fiat di sfruttare commercialmente l'autunno e di misurarsi col mercato europeo nel quale ha sempre avuto un posto di prestigio nella fascia delle piccole cilindrato. In attesa che parta l'accordo con la Tata per la low cost asiatica. A questo proposito non è escluso che anche il piano delle alleanze, che sembrava esaurito con i nove accordi del 2006, possa essere rivisto.

Con tutto questo e altro c'è quanto basta insomma per leggere gli umori del salone di Ginevra e le nuove sfide che esso segnala. Questa volta con la Fiat tra i protagonisti. I suoi avversari? Quelli di sempre: i francesi meno sicuri e boriosi di un anno fa, i tedeschi attenti a non concedere nulla e difendere tutto, gli americani alla ricerca di alleati. E i giapponesi a fare la parte del leone ma anche loro consapevoli che nell'industria dell'auto i primati si conquistano e si perdono facilmente. Si può vincere, perdere e poi ancora vincere, ma il terzo passaggio è molto faticoso. Il Lingotto insegna.

... e le concept più attese



Bertone Concept

Peugeot 908 RC

Diatto Zagato

Rinspeed Exasis

Dodge Demon

Saab BioPower 100

Honda Concept H

Suzuki Project Splash

Jaguar CX-F

Toyota Hybrid X

Mazda Hakaze

Toyota FT-HS

Mitsubishi Prototype X

Volvo XC 60