

Ma quanto ci crede la Fiat

- Vincenzo Comito, 10.06.2014

Auto. Il piano Marchionne? Vago e troppo ottimista

Da quando Sergio Marchionne ha presentato il piano 2014-2018 per il gruppo Fiat-Chrysler (FCA), abbiamo registrato molti commenti, si è ottenuta qualche informazione in più, alcune cose si sono chiarite meglio e può essere quindi opportuno ritornare sull'argomento.

Ricordiamo intanto alcune debolezze attuali del gruppo automobilistico: bassa redditività e scarsa disponibilità di risorse finanziarie, basso livello di investimenti, in particolare poi nelle nuove tecnologie (motori ibridi, auto elettrica, auto che si guida da sé, ecc.), gamma di prodotti con buchi vistosi, scarso presidio di alcune aree geografiche fondamentali (Cina, Asia, anche molti paesi europei), con concentrazione delle vendite essenzialmente in tre paesi (Italia, Brasile, Usa), forte sottoutilizzazione degli impianti in Italia, perdita progressiva di quote di mercato in Europa.

Sottolineiamo anche alcuni aspetti dell'evoluzione recente del mercato dell'auto: moderata crescita annuale complessiva a livello mondiale, trainata però dai paesi emergenti, ma stagnazione in Europa, forte evoluzione in atto del prodotto auto, in particolare per quanto riguarda la propulsione, mutamento progressivo dei rapporti di forza con le imprese della componentistica, che tendono a ottenere una redditività molto più rilevante e a tenere progressivamente in pugno i costruttori.

«Così è un atto di fede»

Ricordiamo a questo punto in estrema sintesi i principali aspetti del piano. Esso mira a spingere il gruppo verso il segmento "premium". È previsto poi che le vendite passino dai 4,4 milioni di unità del 2013 ai 7,0 milioni del 2018, con 55 miliardi di investimenti nel periodo. Si mira tra l'altro a coprire alcuni buchi vistosi a livello di portafoglio prodotti e di aree geografiche, aumentando nel contempo fortemente la redditività.

La maggior parte degli analisti ha dato una valutazione piuttosto negativa del progetto. Ci sembra che tale giudizio, oltre che appoggiarsi sulla storia recente (i precedenti piani di Marchionne non sono stati per nulla rispettati), faccia riferimento alla scarsa documentazione di cui il piano è corredato. Mancano gli scenari di riferimento, le ipotesi cioè su mercato, tecnologie, andamento dell'economia, ecc, sulla base dei quali l'azienda ha costruito il piano. Un buon progetto deve poi indicare quali siano i rischi di natura commerciale, tecnologica, politica, sociale, cui il piano si potrà trovare di fronte e quali azioni il gruppo potrebbe prendere per farvi fronte. Senza questi elementi, come ha commentato un analista, il piano può solo essere accettato con un atto di fede. Per altro verso, sorprendentemente, gran parte del salto in avanti previsto nel periodo è collocato nell'ultimo anno.

Jeep e Alfa, sarà vero boom?

Marchionne intanto non ha detto da dove prenderà i soldi per finanziare il suo programma, ciò che lascia piuttosto sconcertati gli analisti. Sul fronte economico sono previsti un forte aumento dei margini percentuali oltre che di quelli assoluti, in particolare con prodotti più ricchi e un risparmio di 1,5 miliardi all'anno di costi attraverso la standardizzazione dei prodotti, oltre al fatto che gli interessi passivi si annullerebbero alla fine del periodo. Siamo tra incertezze e molti dubbi.

Sul piano geografico, molto dipenderà dal mercato Usa; viene previsto che le vendite passino dai 2,1

milioni di vetture attuali ai 3,0 milioni del 2018. Ma tale stima è basata sull'ipotesi di una rilevante ulteriore crescita del mercato oltre che su di un ulteriore aumento delle quote del gruppo.

Ma sul primo fronte in particolare gravano alcune incognite rilevanti; oltre all'incerto andamento dell'economia, il profilarsi di una bolla del tipo *sub-prime* sui finanziamenti al settore.

L'altra area in cui le vendite dovrebbero aumentare parecchio è l'Asia, con la Cina in primo piano, paese nel quale si dovrebbe passare dalle 230 mila vetture attuali a 850 mila, con l'espansione tra l'altro dei marchi Jeep e Alfa. Ma anche se gli obiettivi di vendita si realizzassero, il che appare dubbio, la Fiat otterrebbe comunque una quota molto ridotta del mercato dell'area.

A livello di marchi il piano punta molte delle sue carte su Jeep da un parte, su Alfa Romeo dall'altra.

Per il marchio Jeep si prevede addirittura un salto dalle 730.000 vetture vendute nel 2013 a 1.900.000 milioni. Indubbiamente degli spazi rilevanti sembrano esserci, ma il salto appare troppo brusco.

Per quanto riguarda il polo del lusso, non sembrano esserci problemi per la Ferrari, mentre sta dando risultati positivi per Maserati il tentativo di passare da poche migliaia di unità vendute all'anno a 75.000.

Molto più azzardato il salto previsto per l'Alfa Romeo. Già in passato Marchionne aveva promesso di portarne le vendite a 500.000 unità, ma nel 2013 esse sono state di appena 73.000 vetture; ora c'è la scommessa di arrivare a venderne 400.000 nel 2018, inserendo progressivamente almeno sei nuovi modelli nella fascia alta del mercato. Ma l'immagine del marchio non appare oggi molto positiva e il tentativo di Marchionne si colloca apparentemente in rotta di collisione con Mercedes, BMW, Audi, che hanno le risorse tecnologiche, finanziarie, di mercato, per contrastare tale azione.

Complessivamente passare a 7 milioni di vetture significa una crescita media annua del 10-11% di unità vendute, mentre dobbiamo peraltro constatare che i risultati economici e finanziari del primo trimestre del 2014 sono inferiori alle aspettative e mentre ancora a maggio del 2014 l'azienda continua a perdere quote di mercato in Italia ed in Europa. La Fiat non solo è l'impresa più indebitata del suo settore, ma anche quella che spende meno in ricerca e sviluppo.

Nebbia fitta sull'Italia

Quasi nessuno pensa che gli obiettivi di vendita enunciati saranno rispettati; un analista si è azzardato a stimare l'esito nel 2018 di 5,4 milioni di unità.

Per quanto riguarda l'Italia un'analisi sintetica ci porta a considerare che secondo il piano vi si produrrebbero nel 2018 700.000 vetture, soltanto il 10% del totale del gruppo, anche se una parte consistente sarebbe costituita da vetture ad alti margini. Peraltro, nonostante le promesse fatte qualche tempo fa da Marchionne, ad oggi non è del tutto chiaro il piano delle produzioni dei singoli stabilimenti.

Far tornare a occupare tutti i cassaintegrati che sono oggi la maggioranza dei lavoratori del gruppo nel nostro paese dovrebbe restare un sogno. Si consideri anche, a questo proposito, che gli aumenti di produttività nel settore si aggirano ogni anno intorno al 3%. Apparentemente dovrebbero continuare a soffrire soprattutto i lavoratori del Sud. Intanto sembra che stiano facendo a pezzi l'Ilva...