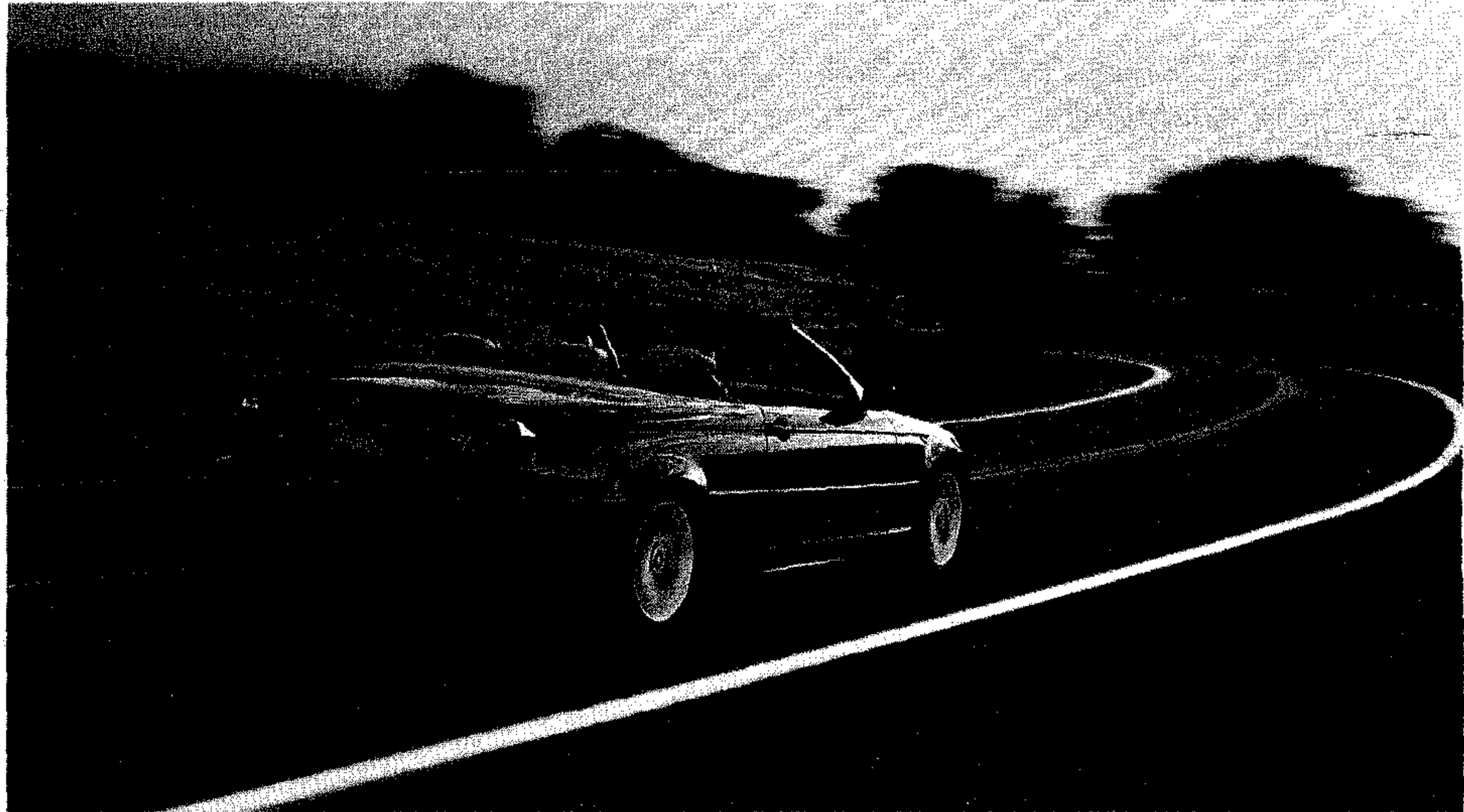


AUTO / BILANCI RECORD

ECONOMIA



Un pieno di utili

L'industria mondiale delle quattro ruote ha portato a casa 30 miliardi di risultati operativi nel 2005. E il mercato punta a un miliardo di veicoli nel 2020

di Maurizio Maggi

Se la si guardasse come un'unica, grande conglomerata, l'industria mondiale dell'auto scoppierebbe di salute. Perché se il primo costruttore mondiale, General Motors, ha archiviato il 2005 con la maxi-perdita di 8,6 miliardi di dollari, e anche l'altra big di Detroit, la Ford, naviga in cattive acque, quasi tutte le altre grandi case produttrici hanno infatti chiuso il 2005 in utile. E più di un giocatore ha fatto il botto. Con 13,2 miliardi di euro di risultato operativo e 9,1 miliardi di utile netto, la Toyota ha messo a segno nel 2005 il miglior risultato della storia dell'automobile. Il record del gruppo nipponico è tutt'altro che una performance isolata. Anche l'altro grande gruppo giapponese, la Honda, ha fatto faville, superando i 4,3 miliardi di euro di guadagni netti. E, restando tra i grandi, pure l'alleanza Renault-Nissan, soprattutto per merito della casa asiatica, ha archiviato l'ultimo esercizio con un profitto ben superiore ai 3 miliardi di euro. Passiamo all'Europa, dove la Bmw ha praticamente confermato il bilancio record del 2004 e l'altra marca di lusso tedesca, la Porsche, ha guadagnato quasi 800 milioni di euro. Il gruppo Psa, che controlla Peugeot e Citroën, ha rallentato il ritmo, ma ha continua-

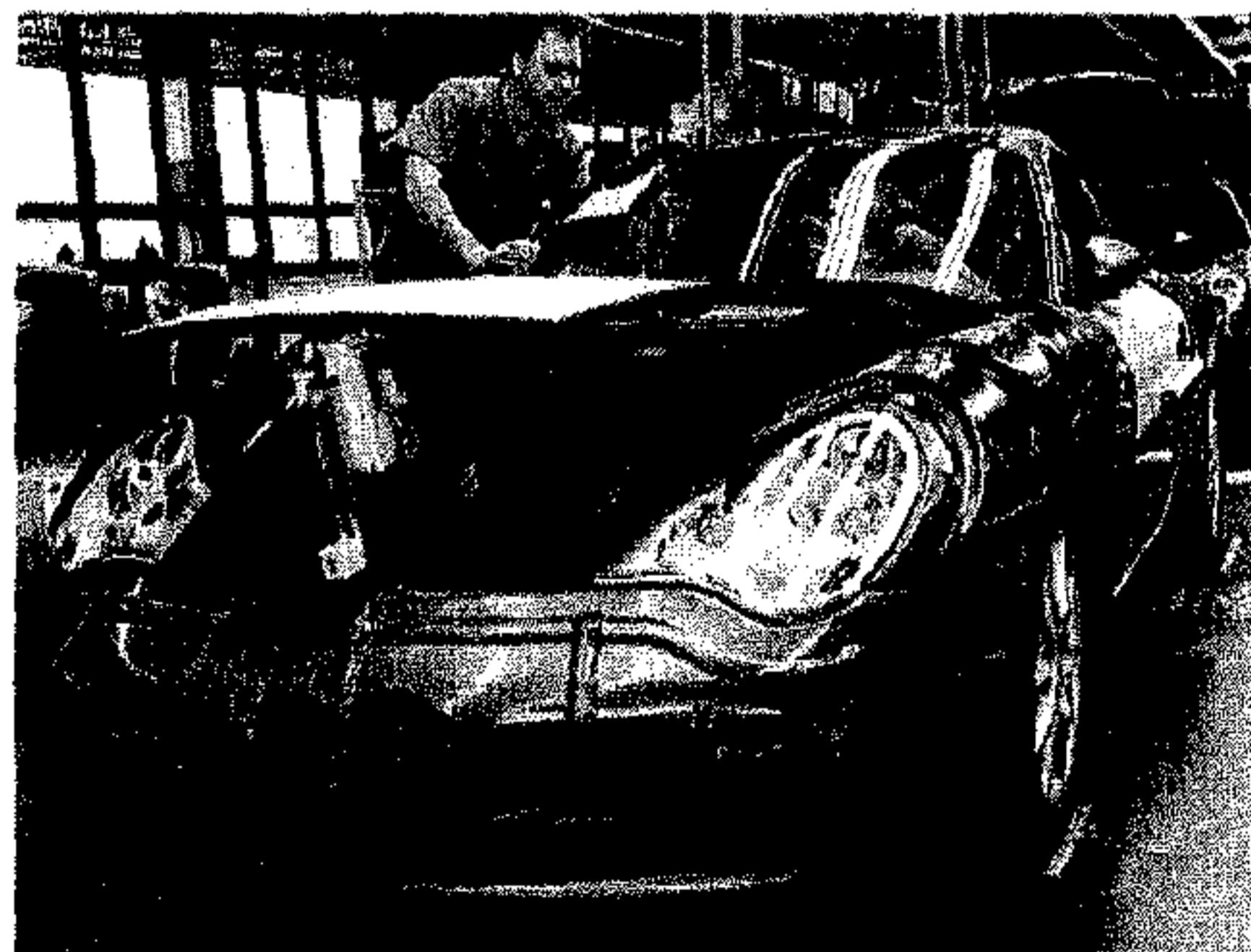
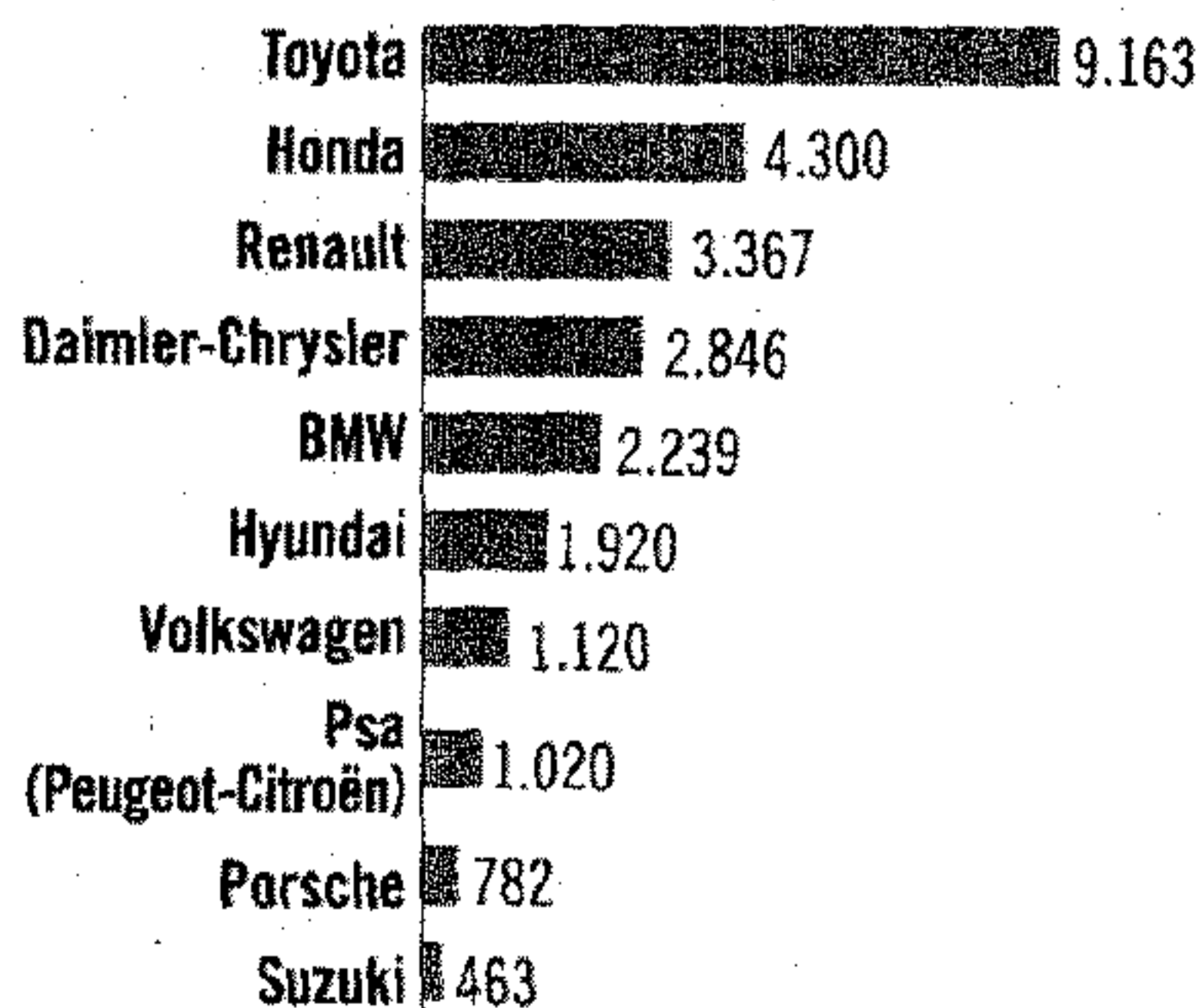
to a fare utili, come il gruppo Volkswagen alle prese con un massiccio piano di riduzione della forza lavoro, ma anche trainata dall'ottimo comportamento della marca Audi. Il settore auto della Fiat ha cancellato il rosso dai propri conti da un paio di trimestri dopo un decennio di perdite. In pratica, a proseguire con il freno a mano sono soltanto i big a stelle e strisce. Ma nonostante i quasi 10 miliardi di euro di perdite della coppia General Motors-Ford, che oltre a cedere quote senza sosta sul mercato domestico sono alle prese con la drammatica situazione dei fondi pensione e previdenziali, l'industria globale s'è portata a casa, secondo i calcoli del-

la società di consulenza Alix Partners, quasi 30 miliardi di utili operativi. Giacché i competitor principali, tra cui si segnalano anche i coreani del gruppo Kia-Hyundai, l'anno scorso hanno macinato oltre 27 miliardi di euro di profitti netti.

Certo, sullo schiacciare delle quattro ruote appare ormai inarrestabile lo spostamento a Oriente delle leve del comando. Ormai dal 2002, gli utili operativi dei gruppi asiatici veleggiano stabilmente sopra i 25 miliardi di euro. E i costruttori del Vecchio Continente sono risaliti sopra i 15 miliardi di euro, mentre la gravissima crisi delle imprese yankee, sempre secondo le stime di Alix Partners, ha fatto precipitare la redditività operativa dai 6 milioni di euro abbondanti del 2004 al rosso di oltre 10 miliardi del 2005. Asia in grande spolvero, Stati Uniti in affanno, Europa a metà strada: a grandi linee si potrebbe tratteggiare così la situazione. «Da qui al 2020 il parco circolante mondiale dovrebbe ►

Oriente leader

I dieci gruppi automobilistici mondiali che hanno ottenuto i migliori risultati netti nel 2005 (dati in milioni di euro)



La linea di montaggio della Porsche 911, a Stoccarda. In alto, da sinistra: la Dacia Logan della Renault e la Bmw serie 3

Foto: G. Rolle - REA / Contrasto, M. Latz - DDP / AFP - G. Neri

ECONOMIA

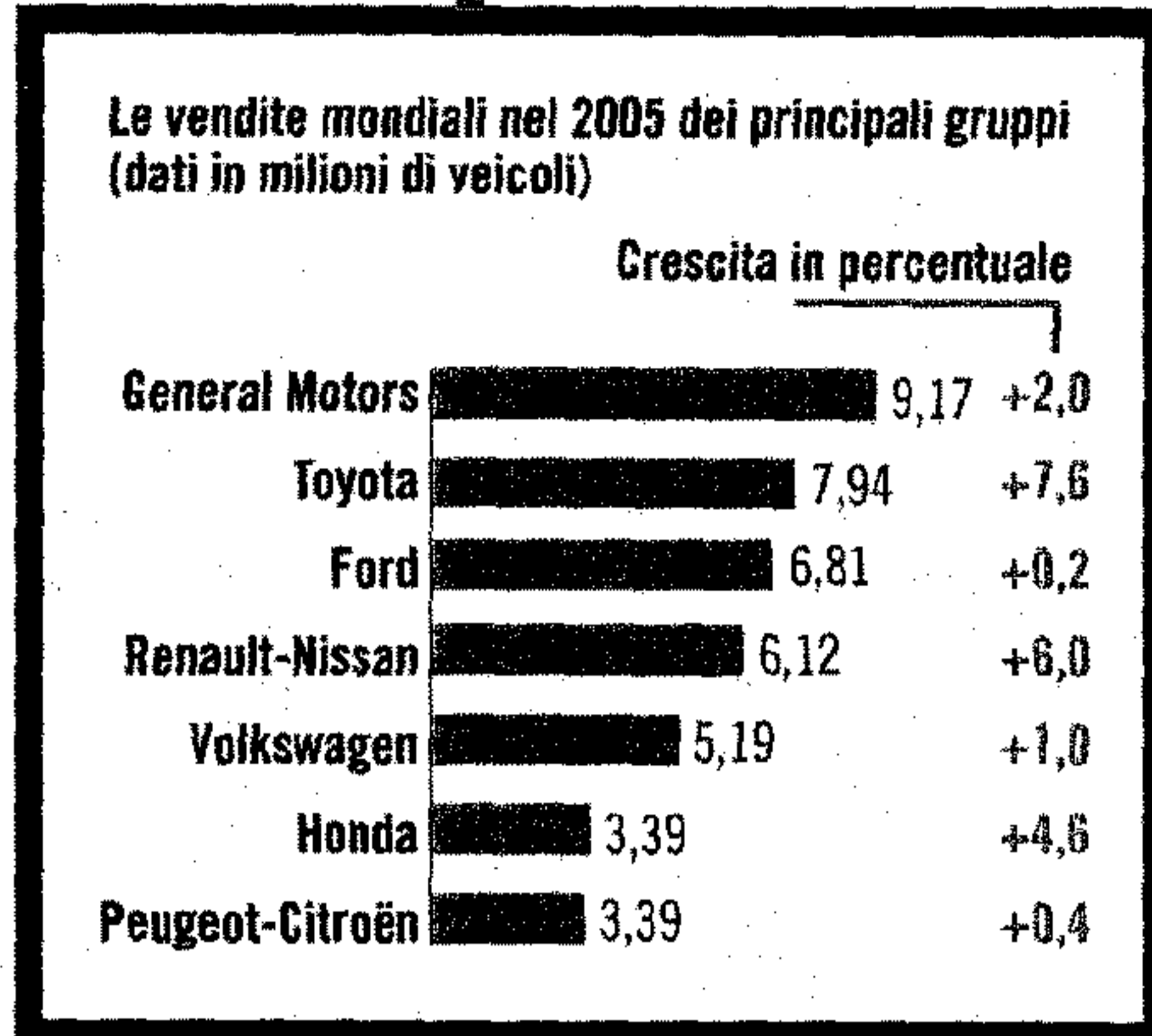
Gli unici in affanno sono i produttori americani: il caro benzina non aiuta

passare da 700 milioni a un miliardo di veicoli: è chiaro che in uno scenario del genere, un'industria è tutt'altro che in crisi», sottolinea da Detroit Antonio Benecchi, partner di Roland Berger, la società di consulenza il cui fondatore è da poco entrato come indipendente nel consiglio di amministrazione della Fiat. Aggiunge Giancarlo Poli, managing director di Alix Partners: «Nel settore dell'auto vedo molte opportunità di crescere e di fare profitti, anche perché grazie ai suoi volumi è uno dei pochi settori, se non l'unico, in cui si giustificano forti investimenti nell'innovazione».

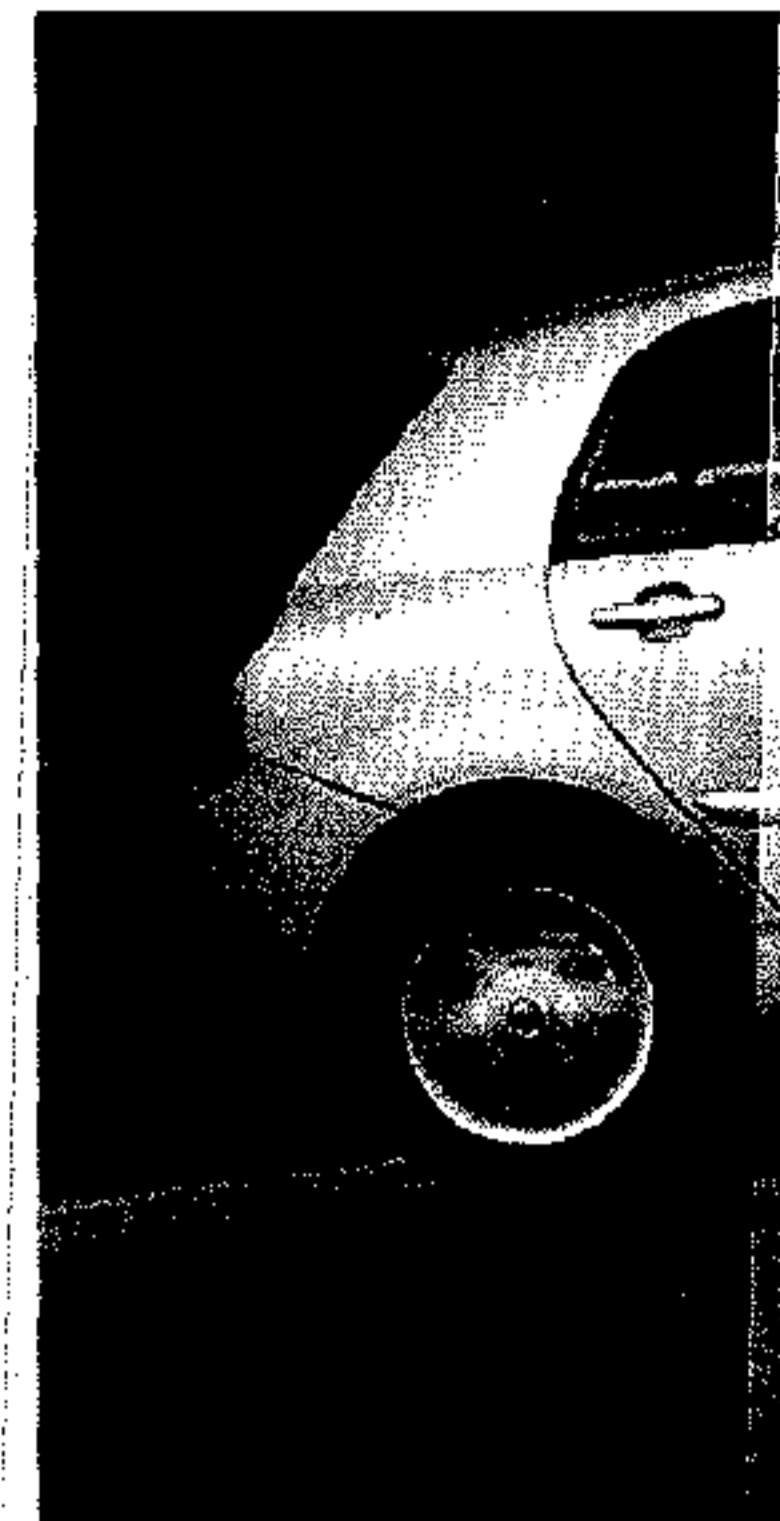
Il fatto che a godere di ottima salute siano gruppi nati da un'alleanza importante come quella tra Renault e Nissan e altri competitor cresciuti allargando parecchio la propria gamma, come la Porsche, o che abbiano cominciato a volare proprio dopo aver rinnegato una acquisizione sbagliata - come è capitato alla Bmw dopo l'avventura sfortunata con la Rover - dimostra peraltro che per vincere non ci sono ricette preconfezionate. È banale ricordare come operare in mercati maturi e producendo in Paesi dall'alto costo del lavoro non è certo un fattore positivo. Per contro, non è certo una passeggiata andare alla conquista di quote in territorio "nemico", come hanno fatto Toyota, Honda e Hyundai, cominciando dal Nord America. Peraltro, nonostante i massicci investimenti per correre ad aprire nuovi impianti in giro per il mondo, compresi il Nord America e l'Europa (anche se dell'Est) e politiche commerciali abbastanza aggressive, le aziende giapponesi e coreane hanno proseguito a realizzare utili. Una politica conseguita sia facendo grande attenzione ai costi di produzione (facilitata dall'insediamento in aree a scarsa o nulla sindacalizzazione, come nel Sud degli Usa, o in zone dell'Europa con manodopera dai bassi salari, come in Repubblica Ceca o in Slovacchia), che utilizzando fabbriche nuove e flessibili.

Ma le chiavi del successo vanno ricercate anche nella bravura nel proporre modelli che piacciono al pubblico. Una miscela del tutto opposta a quella che ha ammorbato la recente vita di General Motors e Ford, strette tra vincoli difficili da sciogliere, ma pure da una scarsa sensibilità alle evoluzioni dei gusti e delle esigenze della clientela. Il caro-petrolio sta colpendo duramente lo zoccolo duro del mercato americano, quei grandi Suv e pickup che dei consumi se ne sono sempre fregati e che ora piacciono molto meno agli automobilisti americani, attratti invece dall'economicità d'esercizio delle vetture asiatiche.

Chi tira di più



Sopra: Katsuaki Watanabe. A destra: la Toyota Corolla e la linea di montaggio della Sevel di Atesa, vicino a Chieti



La realtà europea è molto più frammentata e forse beneficia pure della ancora non interamente compiuta penetrazione delle marche asiatiche, anche se le difficoltà di Volkswagen e di Fiat sono decisamente meno drammatiche di quelle dei grandi gruppi yankee. Fa eccezione DaimlerChrysler: qui

la zavorra non è rappresentata dalla parte americana, ma dalla piccola ed europeissima Smart, la cui versione a quattro posti è stato un flop e non sarà più fabbricata. Su una previsione gli osservatori sono tutti d'accordo: Toyota è destinata a diventare il primo costruttore al mondo. È da anni

