

**Scenario produttivo.** Analisi Cisl sulle ricadute dei piani del Lingotto nella fascia alta

# Una Maserati su quattro per il mercato di Pechino

**Filomena Greco**  
TORINO

Una rivoluzione tutta interna alle produzioni Made in Italy di Fiat Chrysler. Che nell'arco di tre anni hanno visto aumentare il peso dei modelli a più alto valore aggiunto rispetto alle produzioni mass-market, con una crescente vocazione all'export. Una Maserati su quattro prodotta in Italia è destinata al mercato cinese, ad esempio, e la contrazione delle vendite in Asia e Stati Uniti, l'anno scorso, ha rallentato il ciclo produttivo a Grugliasco.

Proprio il 2016 potrebbe ribaltare completamente la situazione del 2012 e chiudere il cerchio sull'Italia come paese focalizzato sulle produzioni ad alto valore aggiunto per la casa automobilistica guidata da Sergio Marchionne. La fotografia arriva da una elaborazione curata dai metalmeccanici della Cisl: se nel 2012 la produzione di modelli di fascia medio alta (Ferrari, Maserati e Alfa Romeo Giulietta) pesava per circa il 20% sul totale della produzione del Gruppo nei plants italiani, nel 2015 invece le produzioni nella fascia di mercato più alta (Alfa Romeo Giulietta, Alfa 4C, Maserati, Renegade e 500X e infine Ferrari) cubano il 58% della produzione. Una percentuale destinata a salire, come prevede Ferdinando Uliano, segretario della Fim-Cisl e responsabile del comparto Auto, «grazie all'avvio nelle ultime due settimane di marzo delle produzioni dell'Alfa Romeo Giulia a Cassino e del Suv Maserati Levante nello stabilimento di Mirafiori». Secondo una pri-

ma stima, potrebbero essere 6 mila le Alfa Giulia prodotte a Cassino nel corso dell'anno, tra i 13 e i 15 mila invece i SUV Maserati. «Il 2016 sarà caratterizzato da un'ulteriore crescita nei volumi con una composizione maggiore di auto della fascia alta del mercato - aggiunge Uliano - e questo avrà non solo effetti positivi sull'occupazione, con un forte ridimensionamento delle ore non lavorate, in Cassa inte-

**58%**

**Fascia top**  
Quota 2015 dei modelli di fascia alta sul totale produzione Fca

**60%**

**Dall'Italia verso l'estero**  
Stima Anfia sulla quota di export relativa alla produzione di auto

grazione e con Contratti di solidarietà, ma avrà un impatto positivo sulla capacità di generare reddito degli stabilimenti italiani, considerando i maggiori margini su queste vetture».

Questa trasformazione industriale ha fatto emergere la vocazione dell'Italia come paese esportatore di veicoli prodotti negli stabilimenti italiani: l'ultima rilevazione dell'Anfia sulla produzione nel 2015 ha evidenziato non soltanto la crescita dei volumi rispetto al 2014 (+65%),

trend che continua anche nel primo trimestre dell'anno - ma anche il fatto che quasi il 60% delle auto prodotte in Italia finisce poi all'estero, una percentuale che cresce al 67% se si considera l'intera produzione di veicoli (commerciali e industriali). La specializzazione produttiva degli stabilimenti italiani, dunque, fa crescere la vocazione all'export delle vetture Made in Italy. A cominciare da Maserati e Ferrari.

La Cina rappresenta un mercato importante per casa Maserati: secondo il report annuale sui risultati finanziari di Fiat Chrysler, la Cina è il secondo mercato per le auto Maserati, dopo gli Stati Uniti, con il 22% delle vendite totali. Questo vuol dire che poco meno di una Maserati su quattro prodotta in Italia finisce in Cina. L'anno scorso Maserati ha venduto 31.500 auto, un calo del 4,1% dovuto proprio alla contrazione dei due mercati principali, Stati Uniti e Cina. Una contrazione di mercato che ha avuto ripercussioni sul rallentamento dell'attività nello stabilimento di Grugliasco dove si producono Quattroporte e Ghibli.

Ferrari sul mercato asiatico, piazza che rappresenta l'8% delle vendite del Cavallino, accanto al 14% del resto dell'area Apac: anche in questo caso, come per Maserati, le vendite sono calate nell'area "Greater China" (China, Hong Kong e Taiwan) del 10% con un trend però in ripresa nell'ultimo periodo dell'anno scorso. Al contrario nel resto dell'area asiatica Ferrari è cresciuta a due cifre, del 26%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

