

# Smith: «Faremo vetture globali e la Corsa andrà pure in Cina»

DETROIT — Una General Motors in piena forma, ottimista e con grandi idee per il futuro: questo in sintesi il quadro che esce dalla conferenza stampa tenuta da Jack Smith, presidente della più grande casa automobilistica mondiale. Il mercato statunitense dell'auto ha chiuso il 1993 con circa 14 milioni e 200 mila pezzi venduti, contro 13 milioni e 600 mila dell'anno precedente. Le previsioni per il '94 si attestano fra 14 milioni e 600 mila e 15 milioni di nuove immatricolazioni. In questa situazione generale positiva, GM ha incrementato sensibilmente le proprie vendite: 2% per le automobili (passate da 2.870.000 del 1992 a 2.927.000 del 1993), 13% per i truck.

Per dare credito al buon momento, dopo i primi anni Novanta passati nell'incertezza, Jack Smith ha illustrato quali saranno le linee direttrici che guideranno il gruppo nel futuro. «Al centro di tutto c'è la presa di coscienza che per essere forti ed in buona salute, si deve essere capaci di globalizzare i propri prodotti — ha detto —. Così, e sempre più in futuro, le automobili e i veicoli commerciali leggeri che escono dalle catene di montaggio della GM sparse nel mondo avranno elementi comuni fra loro».

A questo proposito Smith ha citato due esempi molto interessanti e che riguardano da vicino l'attività della consociata tedesca Opel: «La nuova Omega oltre che in Europa sarà realizzata in Brasile e servirà come base per nuovi modelli Usa. Mentre la piccola Corsa, la più universale fra le auto che oggi produciamo e che già viene assemblata in Spagna e Germania, presto sarà costruita anche in Brasile, Messico e se sarà possibile, in Cina». Un mercato quest'ultimo che viene tenuto in considerazione dal management di Detroit per via delle immense potenzia-

lità che offre e che potrebbe essere al centro di importanti novità nel prossimo futuro.

Smith ha anche indicato quali saranno le altre sfide che GM dovrà affrontare per non rendere inutili domani gli sforzi di oggi: continuare sulla strada del risanamento del bilancio aziendale ancora appesantito dalle forti perdite accumulate negli ultimi anni (valutabili attorno ai 10 miliardi di dollari), riduzione ulteriore dei costi e perseveranza nella ricerca della migliore qualità per i propri prodotti che, già oggi, possono vantare un indice di difettosità contenuto al di sotto degli 0,5 problemi per auto o truck venduto.

Il futuro della General Motors è già cominciato nei programmi di Smith, non solo attraverso un'ulteriore razionalizzazione degli impianti produttivi e dei metodi di approvvigionamento, ma anche pensando a come potrà e dovrà essere l'auto del futuro, l'auto pulita, quella che le severe leggi della California per prime imporranno a partire dal 2000 con la normativa ZEV (valori di emissione zero) che di fatto costringe l'industria automobilistica a dare nuovo impulso alla ricerca e allo sviluppo dell'auto elettrica. Ma i problemi legati all'autonomia delle batterie renderanno inevitabile il passaggio attraverso il veicolo ibrido.

Infine uno degli argomenti chiave per misurare la capacità organizzativa e la reattività di una azienda: il Time to market, ovvero il tempo necessario per passare dall'idea alla commercializzazione del prodotto. In casa GM si è notevolmente ridotto e attualmente si colloca fra i 30 e i 35 mesi: ma per l'ultima versione della Blazer, il tempo necessario per giungere al mercato è stato di soli 26 mesi.



Il presidente Jack Smith