

Aver visto il baratro ed essere sopravvissuti aiuta a essere ottimisti e a tingere il presente di rosa, ma alla Opel hanno qualche buona ragione in più per mostrare serenità e soddisfazione. Poter commentare il raggiungimento degli obiettivi, la conferma del piano di sostenibilità e non cambiare una virgola dei programmi, con i tempi che corrono e la crisi tutt'altro che superata è una bella cosa anche per quelli che sono in perfetta salute, immaginiamoci per un'azienda che per molti mesi ha vissuto in equilibrio fra la chiusura e la cessione.

Poco meno di due anni fa (novembre 2009) la General Motors aveva dato la svolta alla questione Opel annunciando di non cedere più il marchio. Cessione che per molti versi non era mai stata considerata una scelta convinta e che, soprattutto in Europa, era stata caricata di molti significati strategici e politici, dal mancato accoglimento della proposta Fiat per la creazione del "gruppo da 7 milioni di automobili" alla questione della cessione al gruppo Magna con il sostegno dei russi della Sberbank. L'allora grande capo Opel, Carl Peter Forster, aveva sostenuto questa seconda ipotesi, tanto da rassegnare le dimissioni quando la cosa non ebbe seguito, e questo fa pensare che il manager avesse le idee chiare sulla possibilità di far rinascere la filiale europea di GM. Le stesse cose le sapevano bene anche a Detroit e sono parecchi quelli che ritengono che l'idea di mettere in vendita la Opel più che un'intenzione fosse in realtà un doveroso segnale, ai mercati e alla politica americana, che la General Motors in fallimento avrebbe fatto di tutto per snellirsi e meritarsi la fiducia dell'amministrazione Obama e i relativi finanziamenti.

Passata la paura la GM non ha fatto altro che riprendersi la sua filiale europea alle condizioni favorevoli che nel frattempo erano state offerte ai possibili acquirenti e continuare il percorso che, in realtà, era già stato definito prima della crisi. Il bilancio di previsione per il 2011 conferma di fatto il pareggio e la prospettiva di passare all'utile nel 2012 e i risultati commerciali nei due primi quadrimestri mostrano solo numeri in crescita rispetto all'anno precedente. In Europa e in Italia dove, sostiene l'ad Roberto Matteucci, «il confronto è ancora più significativo perché in passato abbiamo beneficiato degli incentivi e del successo dei modelli a Gpl, opportunità che ora non ci sono più».

Pare proprio un caso da manuale sul "come uscire dalla crisi e vivere felici", ma nessuno alla Opel crede alle ricette miracolose e nemmeno pensa che la cura dimagrante cui è stata sottoposta l'azienda (la chiusura della fabbrica di Anversa e la riduzione di 1.800 dipendenti in quella di Bochum, con una perdita complessiva di 10.000 posti di lavoro) basti a far quadrare i conti. Piuttosto si ringrazia la strategia perseguita da Forster nell'epoca precisi, che aveva investito molto ma lasciato un prezioso portafoglio di modelli di successo che sono i pilastri della gamma di oggi e dei prossimi anni.

Una strategia aggressiva che oltre a sviluppare i modelli classici ha spinto sul design, sull'innovazione e allargato la gamma mettendo addirittura in cantiere una piccola premium (nome in codice Junior) che sarà svelata nel 2012, assieme alla versione OPC dell'Astra GTC e a un inedito Suv compatto.

Un ritmo forsennato per un costruttore salvato dal tracollo solo due anni fa, ma questa è la condizione necessaria secondo il piano di sostenibilità previsto da GM; non a caso il presidente del gruppo, Dan Ackerson, parla di "riposizionare" il marchio Opel secondo una visione strategica globale che Matteucci sintetizza così: «Tutti i costruttori cosiddetti generalisti sentono la necessità di far crescere l'immagine del proprio marchio e alla base di questa strategia ci devono essere prodotti che per qualità, aspetto e prestazioni siano percepiti dal pubblico come premium però al prezzo giusto. Quello fra i volumi di vendita e i prezzi è un equilibrio vitale per i profitti e molto sottile; noi con i nuovi modelli lo stiamo raggiungendo, nella consapevolezza che si tratta di un processo continuo, lungo e faticoso».