

FCA: nuovo marchio nell'auto

 Nuova holding (e logo) per il gruppo Fiat Chrysler: sede legale in Olanda, domicilio fiscale nel Regno Unito.

30 gennaio 2014 07:02



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

Dopo essere stata per oltre un secolo il simbolo stesso della grande industria italiana, Fiat lascia il posto a Fiat Chrysler Automobiles (FCA) e sposta la sede legale in Olanda, mentre il domicilio fiscale si trasferirà nel Regno Unito, due paesi con un atteggiamento più amichevole verso le grandi imprese multinazionali. Questa scelta non avrà effetti sull'imposizione fiscale cui continueranno ad essere soggette le società del Gruppo nei vari Paesi in cui svolgeranno le loro attività, sottolinea per la società.

Il nuovo marchio dell'auto, del resto, oggi è una realtà veramente multinazionale, con sedi in quattro paesi: oltre quelle istituzionali ad Amsterdam e Londra, Chrysler continuerà a fare base a Detroit e Fiat a Torino, dove resteranno le attività direzionali; la nuova holding sarà inoltre quotata alle borse di New York e Milano.

Dove si sposterà in futuro il baricentro di FCA è difficile dirlo, ma è certo che non si può parlare, per Fiat Chrysler Automobiles, di un costruttore italiano di automobili, anche se nel nostro paese resta una significativa presenza industriale. Qualche risposta potrà arrivare nel mese di maggio, quando il Gruppo presenterà il piano strategico triennale alla comunità finanziaria.

La nascita di Fiat Chrysler Automobiles segna l'inizio di un nuovo capitolo della nostra storia - commenta John Elkann, Presidente di Fiat -. Il viaggio che è iniziato più di dieci anni fa con la ricerca di soluzioni che assicurassero a Fiat il proprio posto in un mercato sempre più complesso e culminato nell'unione di due organizzazioni, ognuna con una grande storia nel panorama automobilistico ma con caratteristiche e punti di forza geografici differenti e complementari. FCA ci permette di affrontare il futuro con rinnovata motivazione ed energia.

A FCA fanno capo una quindicina di marchi automobilistici, compresi nomi prestigiosi come Ferrari e Maserati, oltre a tre società a monte della filiera: Magneti Marelli, Comau e Teksid. Il nuovo raggruppamento ha un giro d'affari di 86,8 miliardi di euro, con un Ebit di 3,4 miliardi e un utile della gestione ordinaria positivo per 3,93 miliardi.

Cambia anche il logo del gruppo: "Dopo una prima fase di convivenza dei due marchi" testimonia la volontà di operare l'unione nel rispetto delle radici storiche, culturali e produttive delle due Aziende "oggi è necessario per Fiat e Chrysler dotarsi di una nuova

identità in grado di rappresentare una realtà imprenditoriale che è molto di più della somma dei singoli soggetti da cui è stata generata, fondata su importanti valori, una specifica cultura d'impresa, una visione comune e condivisa e un Gruppo dal respiro internazionale, spiegano dal Lingotto.

Per quanto concerne la nuova sigla, la società afferma: «L'uso di un acronimo aiuta a stemperare i legami col passato, senza reciderne le radici e al tempo stesso contribuisce a definire l'approccio globale del Gruppo. Facile da comprendere, pronunciare e ricordare, e un nome adatto all'internazionalità del mercato contemporaneo».

© Polimerica - Riproduzione riservata