

Falimentul General Motors

Alina Buzăianu

Radu Dudău

1 iunie 2009 va rămâne o zi de referință pentru industria auto globală: gigantul General Motors (GM) a intrat sub protecția legii falimentului, după ce în aprilie declinul de vânzări fusese de 34%, iar în martie de 43%. Un simbol decăzut al industriei americane, GM a încercat în zadar, după 100 de ani de activitate, în 10 luni de eforturi disperate de relansare, să scape de datorii de 27 de miliarde de dolari, să obțină concesiile de la confederația sindicală United Auto Workers (UAW) și să renunțe la serviciile a aproape 1.600 de dealeri de pe piața SUA.

„What’s good for General Motors is good for the country” – expresia a intrat în gândirea economică a Americii ca o recunoaștere a ponderii enorme pe care automobilul o are în economia Statelor Unite. Mai bine de șapte decenii, GM a fost cea mai mare companie auto din lume, vânzând în perioada de glorie mai bine de 50% din unități pe piața nord americană. GM a constituit biletul de intrare al multor muncitori americani în clasa de mijloc, oferind oportunitatea unui trai îndestulător. A transformat Detroit în capitala industriei auto americane, într-o „Silicon Valley” sau „Motor City” a timpului respectiv și a reprezentat simbolul puterii economice americane. A construit mașini admirate și respectate, precum Cadillac, devenite sinonime cu luxul și extravaganța.

Prăbușirea GM este al treilea faliment ca mărime din istoria SUA și cel mai important la nivelul industriei americane. Primele două poziții în topul falimentelor în Statele Unite sunt ocupate de Lehman Brothers, cu active în valoare de 691 miliarde de dolari, și WorldCom, companie de telefonie cu active de 104 miliarde de dolari. Chrysler, care se află în reorganizare după intrarea în faliment în luna mai, ocupă

poziția a șasea, cu active în valoare de 39,3 miliarde de dolari. General Motors este a 99-a companie americană listată la bursă care cere protecția falimentului în 2009 și a opta cu active în valoare de peste zece miliarde de dolari. Totuși, din punct de vedere al numărului locurilor de muncă afectate și al efectelor pe orizontală asupra economiei americane, falimentul GM este cea mai devastatoare cădere a unei companii private din istorie.

Declin accentuat al industriei auto

Debutul anului 2009 a fost marcat de previziunea sumbră a prăbușirii totale a industriei automobilului, pe fondul crizei creditelor și a situației economice nefavorabile. Lunile care au urmat nu au confirmat teza colapsului, dar piața a fost marcată de o cădere foarte dură: americanii își schimbă mașinile mai rar, China și India și-au redus mult creșterea, iar piața auto europeană a scăzut dramatic. Chiar dacă piețele mature sunt mai sever afectate decât cele emergente, nicio țară nu e imună la criză. Anul trecut, pe plan mondial s-au produs 73,1 milioane de vehicule, dintre care 53 de milioane au fost autoturisme. Spre comparație, în 2006 s-au produs 69,2 milioane de vehicule, în 2004 s-au construit 64,5 milioane, iar acum zece ani s-au construit 53 de milioane.

Recesiunea economică globală a constrâns industria auto mondială să elimine jumătate de milion de locuri de muncă, să contabilizeze pierderea a patru milioane de clienți și a unui total de 50 de miliarde de dolari. Așadar, dincolo de criza financiară, industria auto se confruntă cu probleme grave, care au pornit, pe rând, de la explozia prețului petrolului, de la turbulențele din segmentul de creditare și mai apoi de la migrarea clienților către mașini mai mici și mai ecologice¹. În scurt timp, surplusul de capacitate de producție, devenit un impediment important încă dinainte de izbucnirea crizei, s-a constituit într-o presiune puternică asupra companiilor. Nivelul vânzărilor de mașini din SUA a realizat o întoarcere în timp cu 16 ani, iar producătorii niponi au înregistrat cea mai puternică scădere din 1974 încoace. Europa își cuantifica vânzările din ianuarie 2009 la nivelul de acum două decenii, definind tabloul de ansamblu al situației actuale ca o luptă mai degrabă pentru supraviețuire decât pentru consolidare sau extindere.

¹ Simptomatic, interesul cumpărătorilor americani pentru vehicule economice rămâne redus. Fenomenul indică importanța enormă a componentei culturale a pieței auto.

După o devastatoare criză a sectorului imobiliar, industria din SUA se află în mijlocul unei noi crize: cea auto. În Detroit, altădată sufletul industriei americane de automobile, vânzarea a 200 de Buick-uri pe lună era ceva obișnuit în anii '60; astăzi, dealerii de-abia dacă mai reușesc să vândă 200 de mașini pe an, și asta cu un efort deosebit. Deceniile de declin pe piața auto au făcut ca producătorii auto americani, precum GM, să rămână cu prea multe magazine pentru prea puțini consumatori. Dacă în urmă cu 40 de ani, GM producea aproximativ trei mașini din cinci vândute în SUA, în prezent produce numai una din cinci. În 2007, 260 de dealeri GM și-au închis ușile, mai ales din cauza deciziei companiei de a combina brandurile Buick, Pontiac și G.M.C. Și acesta nu avea să fie decât începutul.

***The Big Three* au rămas doi, adică Ford**

Din postura de principală victimă a actualei crize globale, industria auto și-a adus contribuția la doza de pesimism ce caracterizează actualul mediu economic. Faptul că întreaga industrie auto se află în epicentrul turbulențelor economice este accentuat și de declinul survenit în vânzările brandurilor străine pe piața americană. În cazul Toyota, acestea au scăzut cu 32% în raport cu ianuarie 2008, în timp ce vânzările producătorului Nissan în SUA s-au redus cu 30%. Pentru locuitorii din Detroit, citadela industriei auto americane, în decurs de numai câteva luni un șir de evenimente parcă neverosimile, avea să le marcheze iremediabil destinul.

GM, Ford și Chrysler – cei trei mari *carmaker*-i americani – anunțau în ianuarie 2009 un declin sever al vânzărilor pe piața americană. La momentul respectiv, Ford avea scăderi de 42% comparativ cu perioada similară din 2008, în timp ce GM înregistra o reducere de 49%, iar Chrysler de 55%. Evoluția defavorabilă care a precedat această stare de fapt au forțat GM și Chrysler să solicite în decembrie 2008 o finanțare de 17,4 mld. dolari din partea guvernului american, timp în care Ford anunța pierderi anuale record în valoare de 14,6 mld. dolari. Inițial, GM, Chrysler și Ford au solicitat ajutor guvernamental de 34 miliarde de dolari, sumă cu aproape o treime mai mare față de programul Departamentului Energiei, de 25 miliarde de dolari, finanțat de Casa Albă pentru sprijinirea producției de vehicule eficiente energetic. În ciuda previziunilor sumbre, cei trei mari producători americani din Detroit se ambiționau să spere că vor putea evita colapsul. Dar vânzările auto din SUA s-au prăbușit, în condițiile în care consumatorii au încetat să mai efectueze achiziții importante pe

fondul agravării recesiunii. Estimările analiștilor erau din ce în ce mai pesimiste. Cei trei giganți auto se confruntau cu probleme a căror rezolvare rapidă și eficientă părea să depășească puterile managementului.

După falimentele anunțate de GM și de Chrysler, într-un moment în care nimeni nu mai credea că există soluții de salvare, Fiat a anunțat că negociază o alianță cu Chrysler, ulterior confirmând informația că intenționează să cumpere 35% din cea de-a treia companie auto din SUA. Sprijinul italienilor vine după eșecul negocierilor cu GM. Celălalt mare component al faimosului trio, Ford Motor Co., singurul constructor american care nu a primit ajutor financiar de stat, a anunțat că vânzările sale au scăzut în mai cu „doar” 24%, având “cea mai bună lună din iulie 2008” și evitând în ultimă instanță falimentul prin ipotecarea activelor în 2006 contra sumei de 25 de miliarde de dolari – un confort financiar venit la momentul potrivit, de care GM și Chrysler nu au avut parte.

Istoria GM

Compania a fost fondată în 1908 în Flint, Michigan, de către William “Billy” Durant, care avea dorința de a reuni sub umbrela unei singure companii mai mulți producători auto, fiecare adresându-se însă unui alt sector ale pieței, fără a intra în competiție directă cu ceilalți. Mai târziu, în componența holding-ului a intrat și marca Oldsmobile (retrasă în 2000 de pe piață). În 1909 s-au alăturat companiile Cadillac, Elmore și Oakland (care va deveni Pontiac). Tot în același an au fost cumpărate alte două companii care vor forma apoi divizia de vehicule utilitare GMC Truck. Fondatorul Durant pierde în 1910 controlul GM, pentru a reveni câțiva ani mai târziu cu o nouă marcă creată împreună cu francezul Louis Chevrolet. Marca a intrat în 1917 în portofoliul GM. Consolidarea companiei se continuă în 1925 cu achiziționarea Vauxhall Motors din Marea Britanie, iar patru ani mai târziu, GM preia 80% din compania germană Adam Opel.

La începutul anilor 1930, GM a devenit cel mai mare producător auto mondial, poziție pe care o va păstra 77 de ani. GM a ajuns lider în industria auto din Statele Unite, dar și la nivel mondial, sub conducerea directorului executiv Alfred Sloan, a cărui promisiune a fost că GM „va furniza o mașină pentru orice buzunar și orice scop” (*a car for any purse and any purpose*). Până la mijlocul anilor '50, culmea succesului GM, compania avea aproximativ 514.000 de angajați, producea aproximativ jumătate

din mașinile noi de pe piața americană, iar vânzările erau de două ori mai mari decât cele ale Standard Oil, cea de-a doua corporație din lume.

Ultimii ani, dar mai ales ultimele luni au fost perioade extrem de dificile pentru GM. Compania a pierdut mult din cota deținută pe piața americană. Detronată în final atât de Toyota, cât și de VW, GM impune și acum respect prin amploarea afacerii (266.000 de angajați, fabrici în 35 de țări) și a portofoliului deținut – mărcile Chevrolet, Buick, Pontiac GMC, Saturn, Hummer, Cadillac, SAAB, Opel și Vauxhall.

GM astăzi

După 100 de ani de istorie, prăbușirea finală a gigantului GM a început pe 19 decembrie 2008, când administrația fostului președinte George W. Bush a anunțat că va oferi grupului ajutoare de stat de peste 13 miliarde de dolari și a ajuns la apogeu la finele lunii martie a acestui an, după ce actualul guvern a acordat un termen limită de 60 de zile pentru restructurarea datoriilor și prezentarea unui program care să poată conduce la viabilizarea concernului. Astăzi, în loc să conducă piața auto globală, GM se mulțumește să fie condusă de administrația Obama către *United States Bankruptcy Court of Manhattan*.

Nu sunt puțini cei care afirmă că intrarea GM în faliment poate fi un lucru pozitiv pentru industria auto, compania urmând în acest fel să se restructureze și să redevină un competitor adevărat, mai ales datorită discuțiilor aprinse privind oportunitatea și viabilitatea planurilor de ajutor financiar (*bailouts*) pe care Congresul SUA le-a alocat diferitelor sectoare ale economiei americane. Utilizarea inefficientă a banilor proveniți de la contribuabili poate stârni un val de nemulțumiri ce ar fi mai degrabă de evitat din punct de vedere politic.

Reorganizarea implică nenumărate riscuri, de la probleme de ordin juridic la nesiguranța legată de momentul redresării cererii de automobile noi. Chiar dacă GM va ieși rapid din faliment, administrația are în față o mulțime de provocări, incluzând închiderea mai multor fabrici și renunțarea la mărcile Pontiac, Saturn, Saab și Hummer. Potrivit planului de restructurare, GM se va concentra asupra celor patru mărci principale – Chevrolet, Cadillac, Buick și GMC –, urmând ca Saab, Saturn, Hummer și Pontiac să fie vândute.

GM a găsit în ultimul moment cumpărători pentru câteva dintre diviziile sale nedorite, printre care compania germană *Opel* (pentru preluarea căreia se află în *poll-*

position un consorțiu condus de compania canadiană de piese auto Magna International Inc. – vezi secțiunea următoare). Pentru *Hummer* au loc negocieri avansate cu Tengzhong Heavy Industrial Machinery din China. Compania chineză deține în portofoliul său și modelul Dongfeng (poreclit “Very Brave Soldier”), model copiat de chinezi după *Hummer*. În cazul în care guvernul chinez va da undă verde tranzacției, GM ar putea obține 100 de milioane de dolari pentru *Hummer*, valoare incomparabil mai mică decât oferta de 4 miliarde venită din partea magnatului rus Oleg Deripaska, în 2008. Marca *Saturn*, concepută la 7 ianuarie 1985, ca răspuns la succesul modelelor japoneze și germane importate pe piața americană, va reveni companiei americane Penske Automotive Group. GM va produce în continuare modele *Saturn*, iar dealerul Penske le va distribui. Dacă în cazul celorlalte mărci “abandonate” de GM, lucrurile par să se clarifice, în cazul diviziei *Pontiac* situația este ceva mai complicată. Potrivit planurilor, GM va dizolva marca *Pontiac* până anul viitor și va închide jumătate din cele 6.200 de dealership-uri până în 2014, încercând astfel să supraviețuiască prin accelerarea planului de restructurare. Pentru moment, *Pontiac* își va continua activitatea ca o marcă de nișă până în anul 2010.

Trecerea părților nedorite din GM prin lichidare în instanță ar putea dura mai mulți ani, cu potențiale costuri suplimentare pentru contribuabili. Totuși, există și un scenariu optimist, conform oficialilor guvernului și industriei, dar și specialiștilor: intrarea în faliment ar trebui să permită GM să încheie unul dintre cele mai rapide procese de reducere a dimensiunilor unei companii din istoria de 120 de ani a industriei.

În ciuda șocului teribil suferit de industria auto americană, atât președintele Barack Obama cât și noul șef al GM au afișat surprinzător de multă încredere în ziua în care cel mai mare producător auto american a cerut intrarea sub protecția legii falimentului. „Întotdeauna am crezut că GM are produse bune și că poate face față acestei perioade dificile”, a declarat Barack Obama. După ce operațiunea similară a Chrysler pare a da rezultate, autoritățile americane au decis să urmeze aceeași procedură și în cazul GM. Numai că de data aceasta situația este mult mai complicată, datoriile mai mari, iar compania mult mai mare. Pașii pe care GM îi va urma nu sunt încă foarte bine conturați, însă totul va începe cu pomparea a 30 de miliarde de dolari din partea administrației SUA, simultan cu preluarea companiei sub tutela guvernului. Cu doar 24 de ore înainte de începerea procedurii de insolvență, GM a parafat, sub

asistența guvernului Germaniei, vânzarea unui pachet majoritar de acțiuni deținute la GM Europa, securizând astfel o parte din active. Reprezentanții administrației Obama au declarat că după dorita restructurare vor încerca un *exit* cât mai rapid, prin găsirea de investitori privați. Cea mai dramatică variantă ar fi eșecul reconstrucției și lichidarea companiei, ceea ce ar conduce la zeci de mii de concedieri și dispariția unui simbol al SUA.

GM intenționează să închidă 11 fabrici și să suspende activitatea altor trei, încercând în același timp să redeschidă o fabrică suspendată pentru a construi un nou model de mici dimensiuni. Producătorul a declarat că intenționează să-și reducă personalul plătit cu ora din SUA până la circa 40.000 de persoane anul viitor, de la 61.000 la sfârșitul anului trecut. Guvernul „va proteja investițiile contribuabililor, administrându-și participația într-o manieră comercială, non-intervenționistă”, se arată într-o declarație a administrației Obama. Aceasta deține acum controlul asupra unui simbol al industriei americane după ce a respins un plan de redresare prezentat în februarie și după demiterea CEO-ului Rick Wagoner. Condițiile intrării în faliment au fost stabilite de o echipă guvernamentală condusă de Steven Rattner, co-fondator al Quandrangle Group, care a solicitat concesiile din partea companiei, a sindicatelor United Auto Workers și a deținătorilor de obligațiuni.

Viitorul GM

General Motors insistă pentru o restructurare cât mai rapidă pentru ca nu cumva imaginea și vânzările sale să fie deteriorate definitiv. Deși ajutorul primit de GM nu se apropie de cele 180 mld. dolari pe care guvernul le-a oferit pe tavă asiguratorului American International Group (AIG), depășește totuși cele 18 mld. dolari pe care fostul CEO, Rick Wagoner le-a estimat drept necesare anul trecut când s-a prezentat în fața Congresului. Planul guvernului vizează crearea unui noi GM, care își păstrează cele mai bune active ale sale, cum este cazul Cadillac și Chevrolet, și care ar putea ieși reformat din faliment până la sfârșitul verii. Restul activelor GM ar putea fi vândute sau lichiditate pe parcursul unui proces a cărui durată ar putea fi mult mai îndelungată.

Fritz Henderson, noul CEO al GM² după era Wagoner, afirma că acel GM care a dezamăgit atât de multă lume e istorie: „De acum vom construi mașini de primă clasă, ecologice, fiabile și cu design deosebit. Trebuie să treacă zilele în care din 15 modele lansate, doar cinci-șase erau reușite iar restul erau numai OK”. Guvernul american va mai acorda 30 de miliarde dolari companiei GM. Cu toate că suma este imensă, iar unii plătitori de impozite sunt revoltați, președintele Obama consideră că banii vor fi practic o investiție. Guvernul va prelua o participație de 60% din acțiunile companiei reorganizate și își va asuma riscurile competiției directe cu rivali precum Toyota, după ce va reduce la jumătate datoriile constructorului auto american. Cheltuielile au fost deja reduse semnificativ, datorită unui acord încheiat cu cea mai mare uniune sindicală din industria auto americană, United Auto Workers. Totodată, guvernul Canadei și autoritățile locale din provincia Ontario au anunțat că vor acorda ajutoare de stat de 9,5 miliarde de dolari pentru reorganizarea GM, pentru a evita un val de concedieri la uzinele canadiene ale grupului. În consecință, UAW va controla 17,5% din acțiunile „noului GM”, guvernul Canadei alte 12%, iar deținătorii de obligațiuni vor primi 10% din capital, pentru a renunța la pretențiile financiare.

Barack Obama a motivat preluarea pachetului majoritar al GM de către guvern spunând că acesta a fost forțat să preia GM pentru a preveni un colaps care ar fi distrus și alte companii și ar fi împins economia americană într-o recesiune și mai severă. Președintele mai asigură că statul nu se va amesteca în conducerea GM, iar deciziile importante, precum producția unei mașini noi sau deschiderea unei fabrici, vor fi luate de șefi independenți, nu de guvernul american. Henderson spune că nu se așteaptă la conflicte legate de luarea deciziilor și crede că autoritățile vor face așa cum au promis: nu se vor implica în luarea deciziilor ci vor lăsa o conducere “de înaltă clasă” să o facă.

Se estimează că restructurarea va dura două-trei luni, iar noul GM va fi o companie adaptată unei piețe auto din SUA în care nu se mai vând anual 16 milioane de mașini noi, ca în anii buni, ci sub 10 milioane. Experții consideră că falimentul GM

² La data de 9 iunie 2009, în postura de președinte al Consiliului de Administrație al General Motors atunci când compania americană va ieși de sub protecția falimentului, a fost numit Edward Whitacre. Acesta este fost președinte și CEO al gigantului american de telecomunicații AT&T, în anii 1990. Whitacre îi va succeda în funcție actualului președinte interimar al GM, Ken Kresa. Whitacre nu este primul președinte din afara industriei care va conduce destinele unei mari companii auto. Mai înainte, Ford l-a angajat pe Alan Mullaly (care a făcut parte din structurile de conducere ale producătorului de avioane Boeing) pentru a conduce compania. Totuși este o premieră, prin faptul că un președinte “non-auto” preia o companie aflată în colaps, cum este cazul GM în acest moment. Responsabilitatea lui Whitacre ar putea fi una mai degrabă de coordonare decât de formulare a planurilor, de acestea urmând să se ocupe în continuare Fritz Henderson, noul CEO al GM.

va afecta mult mai profund economia americană decât precedentele. Chiar și numai din cauza numărului impresionant de șomeri care ar rămâne în urma închiderii companiei americane. Pentru locuitorii din Detroit, orașul de rezidență al marilor companii auto americane, falimentul GM este resimțit mult mai dureros decât cel al Chrysler. La GM mai sunt angajate 243.000 de persoane, față de 325.000 în urmă cu patru ani. De asemenea, plata pensiilor a 377.000 de foști angajați este asigurată tot de GM. În luna martie, regiunea metropolitană din Detroit avea cea mai ridicată rată a șomajului din SUA, 14%. Iar teama celor care locuiesc în oraș este că ceea ce e mai rău de abia acum urmează. Agenții imobiliari care până nu demult se ocupau în principal cu găsirea de locuințe pentru nou-veniții ce se angajau în industria auto, în prezent au de rezolvat probleme ce țin de prescrierea ipotecilor. Falimentul GM ridică multe semne de întrebare privind noi reduceri ale locurilor de muncă și viitorul fondurilor de pensii și a asigurărilor de sănătate. Administrația Obama se angajează să mențină direcția unei industrii a automobilului reînnoite, care să poată face față concurenței și să câștige. “De aceasta depind milioane de locuri de muncă. Zeci de orașe depind de aceasta. Cred că țara care a inventat automobilul nu-l poate abandona”, a conchis președintele SUA.

Destinul „fiicelor” europene ale GM

Opel în Germania, SAAB în Suedia și Vauxhall în Marea Britanie sunt cele trei mărci europene ale concernului General Motors, cu 11 uzine de producție și asamblare în șapte state UE și în Rusia. Miza salvării actualelor capacități de producție a acestor *brand*-uri se leagă de zeci de mii de locuri de muncă și pensii, de salvarea unor fabrici de tehnologie înaltă și de miliarde de euro în ajutoare de stat puse la dispoziție de puternicele state gazdă.

După oferta respinsă din partea concernului Fiat, GM negociază actualmente vânzarea Opel și Vauxhall (care reunește cele trei mărci) cu un consorțiu alcătuit din reputatul fabricant canadiano-austriac de piese auto, Magna, și tandemul rus format din banca Sberbank, condusă de apropiatul lui Vladimir Putin, German Gref, și constructorul de automobile GAZ, al oligarhului Oleg Deripaska. Contra unei contribuții de capital de doar 100 de milioane de euro (alături de un împrumut fără dobândă de 400 de milioane), Magna și tandemul rus vor dobândi 55% din acțiunile Opel – din care Magna va deține 20% iar partenerii ruși 35% – urmând ca 35% să fie păstrate de GM iar 10% să fie deținute de angajați (cf. *Handelsblatt*, 10.06.2009).

Interesul fundamental al constructorului GAZ, necompetitiv și înglodat în datorii, constă în perspectiva transferului de tehnologie și de capacități de producție atât de la Opel, cât și de la Magna. De cealaltă parte, Magna mizează pe accesul la imensa piață auto rusească. Potrivit planului de afaceri, conceptul de achiziție prevede ca Magna să păstreze dreptul exclusiv de a produce și comercializa marca Chevrolet în Rusia. Planul este ca până în 2014, împreună cu GAZ, Magna să vândă 350.000 de unități Chevrolet și 200.000 de Opel pe piața rusă. Obiectivul este considerat nerealist de către unii specialiști. În orice caz, el arată intenția limpede de relocare semnificativă a capacităților de producție în Rusia. În ceea ce cotele de piață în Rusia, anticipăm că GM nu-și va putea permite larghețe în negocieri. Rusia a fost principalul bazin de creștere al vânzărilor Opel din ultimii ani, pe fondul scăderii vânzărilor în Europa. În plus, GM este interesat să țină și în viitor marca Opel departe de piețele americană și chineză.

Din punct de vedere al industriei auto, există un nivel vizibil de îngrijorare privind potențialul conflict de interese pe care în care s-ar situa Magna ca producător de componente, pe de o parte – calitate în care dispune de informație critică încă din faza de dezvoltare a modelelor diversilor producători cu care lucrează – și de constructor auto, pe de altă parte, calitate în care ar putea utiliza în interes propriu această informație.

Un alt factor de complicație al acestui plan de afaceri se leagă de divergența dintre interesele de profitabilitate economică a concernelor implicate, pe de o parte, și interesele de politică socială ale guvernelor ce subvenționează masiv mărcile GM din Europa. Obiectivul fundamental al acestora este păstrarea locurilor de muncă în statele respective și blocarea căilor de „evadare” a miliardelor de euro din bani publici către companii străine. Și pensiile care urmează a fi plătite foștilor angajați sunt un subiect aprins de negociere. Putem, de altfel, vorbi de politici protecționiste ale statelor membre ale UE, al căror interes de a proteja forța de muncă și industria autohtonă este pus deasupra funcționalității pieței comune europene – fapt ce creează un evident conflict între planurile naționale anti-criză și politicile concurențiale ale UE.

Această complexitate face relativ incertă perspectiva încheierii unui contract de preluare a GM Europa de către Magna și asociații săi. Scepticismul este exprimat atât în cercurile guvernamentale ale principalelor state implicate – miniștrii economiei din Germania și Marea Britanie și-au exprimat preferința pentru o „soluție europeană” la

problema GM Europa – cât și în cele de afaceri. Sergio Marchionne, CEO-ul concernului Fiat, și-a mărturisit speranța ca actualele negocieri să eșueze. Fiat, care a preluat deja Chrysler și care are ambiția de a deveni al doilea mare producător de automobile al lumii, cu o producție anuală de peste șase milioane de unități, este extrem de interesat de preluarea operațiunilor europene ale GM. Argumentul său nu se bazează pe o complementaritate cu automobilele Opel – în fond, Fiat și Opel sunt mai degrabă concurenți, producând vehicule de aceeași clasă – ci pe proiecția extinderii operațiunilor pe piața mondială, în special în America de Sud, unde Fiat are deja o prezență semnificativă. Dar America de Sud este, în același timp, una dintre puținele piețe solvabile pentru GM, pe care că Fritz Henderson, CEO-ul GM, nu e deloc dispus să o cedeze. În plus, ca și la Chrysler, conceptul de achiziție al Fiat este unul lipsit de aport de capital, ceea ce trezește suspiciunea că Marchionne dorește în primul rând accesul la fondurile publice ale celor șapte state ale Uniunii Europene care găzduiesc capacități de producție ale GM.

În ceea ce privește Saab, pare să existe un cumpărător: producătorul suedez de automobile sport din clasa super-lux Koenigsegg³, împreună cu un grup de investitori norvegieni. Guvernul suedez a confirmat disponibilitatea de a oferi garanții guvernamentale de credit.

³ Despre marca Koenigsegg, fondată în 1994 de omul de afaceri suedez Christian von Koenigsegg, putem afirma că este o poveste de succes atipică. Constructorul suedez de *modele supersport* de nișă este o companie cu doar 45 de angajați, produce nu mai mult de 20 de automobile pe an și are o cifră de afaceri ce se ridică la 108 milioane coroane (aprox. 9,5 milioane euro). Primul automobil a fost produs în anul 2000, iar prima vânzare a avut loc de-abia în 2002. Un factor al succesului mărcii este și faptul că automobilele sunt asamblate aproape în totalitate manual, iar prețul de vânzare este unul pe măsura renumelui și calității: 1,1 milioane euro. Pentru preluarea Saab, compania suedeză a surclasat două nume importante ale industriei auto mondiale: grupul Fiat și grupul Renco, o companie americană cu sediul în New York, aparținând miliardarului Ira Rennert.