

Direttore: Giampietro Baudo

FIAT, COME UN BRAND PUÒ TORNARE A SPLENDERE

**La cura di Luca De Meo
tarata sulla nuova 500.
In futuro lo sviluppo
dell'abbigliamento**

Ha motivo di orgoglio Luca De Meo, nuovo ceo di Fiat Automobiles. La sua 500 è già stata eletta auto dell'anno 2008 e la Fiat sembra aver ritrovato gli antichi splendori. «Nel giro di due anni il marchio Fiat è passato da Cenerentola a primo brand del segmento generalista auto in Italia», ha spiegato il manager, «un risultato eccezionale che sottolinea come le operazioni di rilancio abbiano funzionato. E la fortuna è solo una componente minoritaria di questo risultato: Fiat ha saputo imporsi con idee nuove, brillanti e capaci di offrire al pubblico un mondo concreto e vincente. La nuova 500 è l'emblema di questo processo. Da un lato è il ritorno di un mito, dall'altro presenta innovazioni di tutto rispetto. Il futuro dell'automobile si gioca su mercati classici come Europa e Usa ma anche in Russia e Cina. Per questo l'aggiornamento è basilare». Partnership in vista? «Alcuni competitor hanno unito il proprio marchio a quello di aziende del mondo fashion, noi l'abbiamo fatto in passato e probabilmente lo rifaremo ma solo se il risultato finale sarà di beneficio per entrambi, non crediamo a partnership solo d'immagine. Continueremo a sviluppare l'abbigliamento che, in principio, ci ha stupito per i risultati. Questa sorta di brand-extension va ottimizzata». Come dire squadra che vince non si cambia. (riproduzione riservata)

Sofia De Martino