

Fiat natural power

Col vento nelle vele soffiato dalle dichiarazioni del presidente Obama, la Fiat ha deciso di puntare decisamente sull'immagine di costruttore campione nell'abbattimento delle emissioni e dei consumi. Utilizzando, per l'occasione, il suo primato nell'offerta di modelli Natural power, ovvero a doppia alimentazione, metano e benzina.

In particolare, il 16 aprile Fiat ha reclutato due conduttori della trasmissione di Radio 2 'Caterpillar', Filippo Solibello e Laura Troja, e la saggista Cristina Gabetti - autrice del libro manuale 'Tentativi di eco condotta' - per una sorta di lezione-conferenza stampa sulle proprietà del metano e sulla sua convenienza ambientale ed economica.

Iniziativa insolita in un luogo ancora più insolito, il Centro botanico di Milano, in via Cesare Correnti. Fra piante e prodotti rigorosamente bio, l'amministratore delegato di Fiat Automobiles Lorenzo Sistino e i testimonial convocati per l'occasione hanno cercato di smontare luoghi comuni e cliché negativi sull'uso di questo propellente alternativo. "Il punto è che la

gente, e anche i media, fanno una gran confusione fra metano e Gpl", spiega l'ufficio stampa Fiat. Altra falsa convinzione è che le auto a metano non possano sostare nei garage sotterranei, divieto che invece riguarda solo il Gpl, o che si rischi di rimanere a piedi se il metano finisce, mentre tutti i nostri modelli sono alimentati anche a benzina".



Lorenzo Sistino (a destra) con Mauro Tedeschini, direttore di *Quattroruote* (foto Olycom).

Fiat ha annunciato che un modello venduto su due della propria gamma 'bassa' (Panda, Grande Punto, Doblò, Multipla) ha l'alimentazione metano-benzina. Oltre agli incentivi e alle basse emissioni (non ci sono, o quasi, polveri sottili allo scarico), il boom del metano si deve anche al bassissimo prezzo alla pompa.

Sempre relativamente alla Fiat, è da segnalare che Maurizio Spagnolo, già responsabile comunicazione Lancia, dal 1° aprile è andato a ricoprire lo stesso incarico per il brand Fiat dopo l'uscita dal gruppo di Fedele Usai. Rino Drogo, che mantiene la responsabilità della brand promotion di Fiat Group Automobiles, prende quindi la responsabilità della comunicazione anche per il brand Lancia. ●