



MERCADO

Alçado em 2007 à condição de sexto maior produtor de automóveis do mundo - superando a França, ocupante anterior desse posto -, o mercado automobilístico brasileiro por sete anos é liderado pela Fiat Automóveis. No primeiro semestre deste ano, foram emplacados no país cerca de 336 mil veículos Fiat (valor correspondente a 25,1% do mercado nacional de automóveis e veículos comerciais leves).

Atualmente, a operação brasileira é a maior do grupo Fiat fora de seu país de origem - a Itália -, respondendo por 28% das vendas mundiais de sua divisão de automóveis. Essa operação será ampliada com o investimento de R\$ 5 bilhões na expansão da capacidade de produção da fábrica, instalada pela companhia na cidade de Betim/ MG.

Em 2007 - quando implementou um terceiro turno na operação dessa unidade e ampliou o quadro direto de colaboradores em mais de 3,8 mil pessoas -, a Fiat Automóveis obteve no Brasil uma receita de cerca de R\$ 22,7 bilhões. Mundialmente, nesse mesmo período, o faturamento global do grupo atingiu 59 bilhões de euros (receita que reúne o resultado das empresas Iveco, Case New Holland, FPT Powertrain Technologies, Magneti Marelli entre outras).

CONQUISTAS

Melhor empresa do país no ranking 'Melhores e Maiores 2008', da revista Exame, a conquista foi obtida num universo composto por mais de 3,5 mil companhias, de 18 setores da atividade econômica. Essa é apenas uma das emblemáticas



na, em menos de um mês de seu lançamento.

HISTÓRIA

Desde a instalação de sua fábrica no município mineiro de Betim, em 1976, até junho de 2008, a operação brasileira da Fiat Automóveis já produziu 10,4 milhões de veículos. Durante esses 32 anos de Brasil, a montadora construiu uma história recheada de êxitos. Dentre eles, destaca-se, o surgimento, em 1984, do Uno - um dos carros mais vendidos no país - e o lançamento e início da produção, em 1996, do primeiro carro mundial da Fiat criado no Brasil: o Palio.

PRODUTO E SERVIÇOS

Automóveis e veículos comerciais para os mais diversos estilos, com funcionalidades e médias de consumo distintas - do básico ao sofisticado, do utilitário ao lazer e ao esporte - compõem o portfólio da Fiat Automóveis, que atualmente produz no Brasil variadas versões das seguintes linhas: Mille, Palio, Siena, Strada, Idea, Punto, Doblo, Fiorino, Ducato e a recém-lançada Linea.

Toda essa diversificada produção é comercializada em uma rede composta por mais de 600 concessionárias, distribuídas por todo o país. Nelas, além de atendimento personalizado e eficiente nas negociações para financiamento e aquisição dos veículos, são oferecidos ainda serviços de assistência técnica, cuja qualidade combina-se à garantia, segurança e transparência que a marca

sempre assegura aos consumidores.

EVOLUÇÕES RECENTES

A marca Fiat tem seu histórico aliado à imagem de pioneirismo e inovação. Deve-se a ela a introdução no mercado brasileiro, em 1996, com o surgimento do Palio, do conceito de democratização da segurança, materializado em itens que apenas posteriormente se tornariam obrigatórios no país.

Concebido para ser o carro global do conglomerado, o Palio teve seu berço no Brasil. Pouco depois - mais exatamente em 1999 -, o Palio Adventure inaugurou o segmento 'off-road light' no mercado automobilístico brasileiro.

Em 2007, o Punto já havia apresentado também diversas inovações ao mercado automobilístico nacional. Caso, por exemplo, do sistema Blue&Me™, desenvolvido em parceria com a Microsoft. Ou do conjunto de segurança HSD (High Safety Drive), composto por dois air bags dianteiros e freios ABS, até então próprios de modelos mais caros.

No início deste ano, o novo Fiat Stilo introduziu o moderno câmbio Dualogic® automático, que leva às ruas e estradas o know-how da Fórmula 1. Essa tecnologia permite ao motorista escolher se deseja conduzir o carro manual ou automaticamente.

A versão 2009 do Palio Weekend, além de um novo design interno e externo, apresenta inovações como o Adventure Locker, um sistema de bloqueio do diferencial que lhe permite superar com desenvoltura as mais adversas condições de rodagem.

O mesmo sistema bloqueante Locker e um novo design foram atribuídos à picape Strada.

O grande lançamento foi o Fiat Linea, o sedã de luxo que posiciona a Fiat nesse segmento e pode ser considerado um dos mais modernos e completos da categoria.

Além de tecnologias como

o sistema Blue&Me™, HSD (High Safety Drive), Câmbio Dualogic® Automático, ele apresenta o Blue&Me™ NAV, sistema de GPS integrado ao painel, e muitas outras inovações.

COMUNICAÇÃO

Eleita a 'Anunciante do Ano' na última edição do Caboré - o mais prestigiado prêmio de publicidade brasileira - a Fiat mescla, em sua comunicação, a divulgação da qualidade e tecnologia de seus produtos e serviços com o incentivo à reflexão e ao debate das questões culturais e sociais relevantes.

Essa comunicação é inovadora também na forma: é a Fiat uma das marcas mais avançadas na utilização publicitária de novas tecnologias digitais (a campanha de lançamento do Linea, o novo automóvel da empresa, teve início com a criação de um blog).

A empresa está presente também em algumas das mais relevantes ocasiões da cultura nacional, patrocinando eventos como a semana de moda São Paulo Fashion Week e a semana de design Brazil Design Week, entre outros projetos.

VALORES DA MARCA

Comprometimento com o Brasil, pioneirismo e inovação como características marcantes, produtos de alta qualidade e tecnologia, design admirado, respeito pelo consumidor e responsabilidade social. Esses atributos e valores fazem da Fiat Automóveis, a



em vendas no mercado automobilístico brasileiro.

Colocando-se como referência de excelência em produtos e serviços automobilísticos - e, ao mesmo tempo, garantindo a criação de valor e sustentabilidade do negócio -, a Fiat trabalha com princípios e valores bem definidos: integridade e rigor; abertura ao debate e busca da convergência; capitalização das diferenças culturais; competência profissional como paixão; rapidez. Determinação; propositividade e vontade de se superar.

Pauta-se pelos critérios de satisfação do cliente, valorização e respeito à pessoa, responsabilidade social e cuidado com o meio ambiente, sempre em atuação integrada com as demais áreas do grupo Fiat.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A FIAT

- No Brasil, ações educativas da Fiat já beneficiaram 22 milhões de estudantes, 320 mil professores, 38 mil escolas públicas e particulares, 8 mil universitários e 600 organizações governamentais e ONGs.
- Acreditando na parceria como principal alavanca do desenvolvimento sustentável, a Fiat mantém a Rede Fiat de Cidadania. Envolvendo a prefeitura da cidade de Betim, a AVSI (Associação de Voluntários para o Serviço Internacional), a própria Fiat, seus fornecedores e concessionários, esse projeto garante recursos financeiros e competências para a qualificação de profissionais, além do compromisso de absorver a mão-de-obra, os produtos e serviços gerados pelo programa.

