



## HISTÓRIA

Um grupo de empresários (Giovanni Agnelli, Lodovico Scarfiotti e o Conde Brecherasio di Cocherano) fundou uma das maiores fabricantes de automóveis do mundo em 11 de julho de 1899: a Fábrica Italiana de Automóveis Turim (FIAT, nome pelo qual ela ficaria conhecida). O primeiro carro lançado pela montadora foi o modelo três 1/2hp de 679cc, que atingia 35 km/h, tendo sido produzido apenas 300 unidades. Em 1903, foi lançado o 12hp com 3768cc, que teve produção de 132 unidades, sendo exportado para Europa e para os Estados Unidos. A partir daí e ao longo dos anos, foram lançados diversos modelos.

No Brasil, a empresa chegou em 1971, mas se instalou efetivamente em 1976, com a construção de uma fábrica em Betim (MG),

sendo a primeira grande montadora a ter sua principal planta fora das cidades do ABC paulista. O modelo FIAT 147 foi o primeiro modelo lançado por aqui. A marca também foi pioneira ao lançar, em 1979, a versão a álcool. O modelo trazia inovações, dentre as quais, um motor dianteiro transversal e um porta-malas sem estepe, que ficava na frente a lado do motor.

Um ano antes, porém, a FIAT lançaria a primeira pick-up derivada de um automóvel: a City. Viriam na sequência a Panorama, lançada em 1980, e o furgão Fiorino, em 1982. Essa década foi marcada pela expansão da linha de produtos, quando foram lançados o sedã Oggi (1983), o Uno (1984), um dos modelos mais longevos da história e que se desdobrou em diversas versões, como a com o motor

turbo (1994). Nesta década, seriam lançados ainda outro sedã, o Prêmio, e a perua Elba.

A montadora entrou na década de 1990 com o firme propósito de alcançar a liderança em vendas e programou uma série de novidades. Começou esse período com o pioneiro lançamento do Uno Mille, que marca o início da fabricação de carros populares no Brasil, equipados com motores 1.0. Ao longo dos anos seguem chegando novos modelos como o Tempra 16V (1991); Tipo (1993); Palio (1996); Palio Weekend e sedã Siena (1997); Marea (1998) e Strada e Brava (1999). Foi o Palio, aliás, que conseguiu desbancar a liderança de vendas do rival Gol, da Volkswagen. Ainda no final desta década, a FIAT incorpora características off road a modelos de passeio e cria a versão "Adventure", fazendo com que todo o mercado

### 1978

Lançamento do Fiat 147 Rallye;  
Lançamento do Fiat 147 pick-up,  
o primeiro comercial leve derivado  
de um automóvel



### 1976

Inauguração da fábrica da Fiat  
Automóveis em Betim (MG); Início  
da produção do Fiat 147

### 1979

Chega ao mercado o  
Fiat 147 a álcool

### 1980

Lançamento da Fiat  
Panorama; Lançamento do  
Fiat Fiorino



### 1990

Lançamento do  
Fiat Uno Mille, com  
motor 1.0

### 1991

Lançamento  
do Tempra

### 1983

Lançamento do  
Oggy, da família 147;  
Lançamento do Fiat  
Uno (pequeno por fora  
e grande por dentro)





**1996**

Lançamento do Fiat Palio



**1995**

Campanha do Mille On-line

**1993**

Chega ao mercado o Fiat Tipo

**1997**

Lançamento do Siena no segmento de sedãs pequenos; Lançamento do Palio Weekend

**1998**

Lançamento do Fiat Marea e Marea Weekend



**2001**

Lançamento do Fiat Doblò



**1999**

Lançamento do Fiat Strada Cabine Estendida; Chega ao mercado o Palio Adventure; Lançamento do Fiat Brava

**2002**

Chega ao mercado o Fiat Stilo, hatch médio

**2005**

Lançamento do Idea; Fiat Stilo (Schumacher)

**2007**

Lançamento do Punto





siga seus passos. A primeira versão foi aplicada no Palio Weekend, mas atualmente é oferecida também para Strada, Doblò e Idea.

Os lançamentos de novos modelos não pararam e nos anos seguintes chegaram o Doblò, em 2001, e o Stilo, em 2002. O Stilo marcou época porque foi oferecido com série de opcionais tecnológicos, como sistema de direção elétrica Dual Drive, com função City, para reduzir ainda mais o esforço nas manobras. Em 2005, chega o Idea e, na sequência, Punto (2007) e Linea (2008). A empresa fecha a década com o lançamento do FIAT 500, um modelo reconhecido mundialmente.

Nos últimos anos, a FIAT concentrou esforços em investimentos para ampliação de produção e no aperfeiçoamento de seus modelos, como o anúncio feito em 2010 da implantação de uma nova planta na cidade de Goiana, em Pernambuco. Além disso, passou a equipar seus carros com a motorização E.TorQ e o câmbio automatizado Dualogic. A capacidade de produção da planta de Betim passa a ser de 950 mil veículos/ano.

Ao longo de sua atividade no Brasil, a Fiat acumulou a liderança de vendas por 14 anos. Em 2015, manteve a dianteira vendendo 360.073 automóveis e 123.061 comerciais leves.

## MERCADO

Ao completar 40 anos no mercado brasileiro em 9 de julho de 2016, a Fiat ostenta uma situação de mercado invejável. Liderou as vendas no Brasil por 14 anos consecutivos, até o ano passado. Desde sua chegada por aqui a empresa já produziu 10,7 milhões de veículos.

Depois da Itália, o Brasil é o maior mercado para o Grupo Fiat, que atua com 16 empresas de forma diversificada nos segmentos metal-mecânico e de serviços, com a Fiat Automóveis e a Iveco, na produção de automóveis e caminhões; CNH, na fabricação de máquinas agrícolas e de construção, entre outras. Além disso, atua também no setor financeiro (Fiat Finanças, Banco Fidis, CNH Capital e Fides Corretagens de Seguros) e de educação e cultura (Fundação Torino e da Casa Fiat de Cultura).

Resultado da fusão entre os grupos Fiat e Chrysler em outubro de 2014, a FCA (Fiat Chrysler Automobiles para a América Latina) experimenta o maior ciclo de expansão em suas operações no Brasil. A fábrica da Fiat em Betim (MG), desde 2011 até agora, recebeu R\$ 7 bilhões para empreender um amplo processo de modernização. Suas quatro linhas de montagem fabricam atualmente 16 modelos, num total de 120 versões.

Na área de sustentabilidade, a Fiat automó-

veis se notabiliza por várias conquistas, como a certificação ISO 14001, em 1997, que atesta a eficácia do Sistema de Gestão Ambiental com a planta de Betim. O resultado desse programa desde a sua criação é uma redução de 68% no consumo de água e de geração de resíduos em 55%. Com a certificação OSHAS 18001, de saúde e segurança, destacam-se as contínuas reduções de acidentes, entre pelo menos 30mil colaboradores. Tem também a certificação ISO 50001, conquistada em 2013, relativa à gestão de energia.

A presença na comunidade é marcada pelo programa social Árvore da Vida, que tem reconhecimento da ONU e já beneficiou mais de 21 mil moradores do Jardim Teresópolis, comunidade localizada em frente à fábrica de Betim.

## MARKETING E COMUNICAÇÃO

Ao subir e descer os 365 degraus da escadaria da Igreja de Nossa Senhora da Penha, no Rio de Janeiro, e sem nenhuma preparação especial, o Fiat 147 cumpriu a promessa: passou pela prova com a suspensão intacta. Esse foi um dos filmes para televisão criados pela então MPM Propaganda para a campanha de lançamento do primeiro veículo da Fiat feito no Brasil na fábrica de Betim (MG).

A propaganda da Fiat sempre foi irreveren-



**2008**

Nova versão do Fiat Strada



**2009**

Lançamento do Fiat 500

**2010**

Anunciada nova fábrica da Fiat em Goiana (PE); Lançamento do Novo Uno



**2011**

Campanha do Fiat 500 com os atores Dustin Hoffman e Ricardo Macchi; Lançamento do Freemont



**2015**

Manutenção da liderança de vendas



**A Fiat liderou as vendas no Brasil por 14 anos consecutivos e desde sua chegada por aqui, há 40 anos, a empresa já produziu mais de 10,7 milhões de veículos**



te, ousada e pioneira em falar sobre estilo de vida, do jeito de ser do motorista, com leveza e ironia. Foi a primeira montadora a deixar de falar dos atributos do carro e se voltar mais para o motorista. Nesse sentido, a presença de famosos nas campanhas ajuda a alavancar as vendas dando credibilidade ao produto. Em maio de 2015, o jornalista e apresentador Pedro Bial estreou uma campanha na qual destacava a montadora como a opção mais segura para os consumidores. A atriz Paolla Oliveira e os cantores Thiaguinho e Anitta também estão entre as celebridades que recentemente atuaram em comerciais da Fiat.

Uma campanha que marcou foi para o Fiat Cinquecento, lembrada até hoje pelo bom humor. Realizada em 2011, tinha a presença dos atores Dustin Hoffman e Ricardo Macchi e brincava com a diferença de altura e de currículo entre os dois, dizendo que não precisa ser grande para ser um "atorzão" nem para ser um carrão.

Trabalho conjunto desenvolvido pela Fiat e suas agências foi a campanha institucional "Vem pra Rua", de 2013 – uma ação integrada que envolveu não só a Leo Burnett, mas também a Isobar Brasil, responsável pelo digital da marca. A campanha foi criada para celebrar os

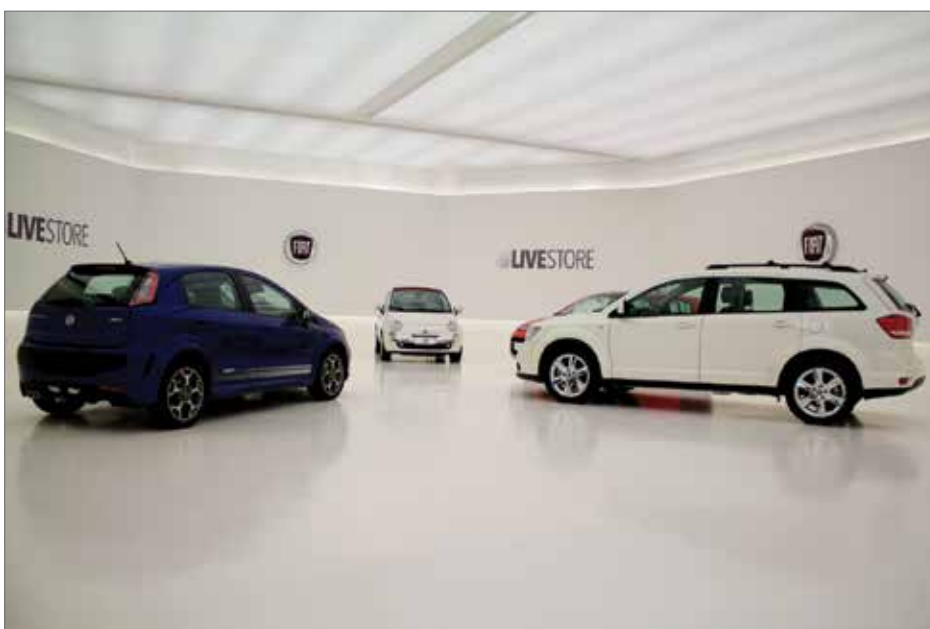
eventos esportivos sediados no Brasil e tinha como intenção convocar os torcedores para irem às ruas, a grande arquibancada do País.

Com o mote "Você no comando", a campanha de lançamento do Novo Punto, em fevereiro de 2015, foi ousada ao incentivar as pessoas a usar bicicletas como meio de transporte alternativo. Anos antes, em 2002, com a campanha "Rever conceitos", a Fiat já havia convidado seus consumidores a repensarem as ideias com relação a diferentes tipos de preconceitos de forma sutil, mas com grande impacto, levando o público à reflexão.

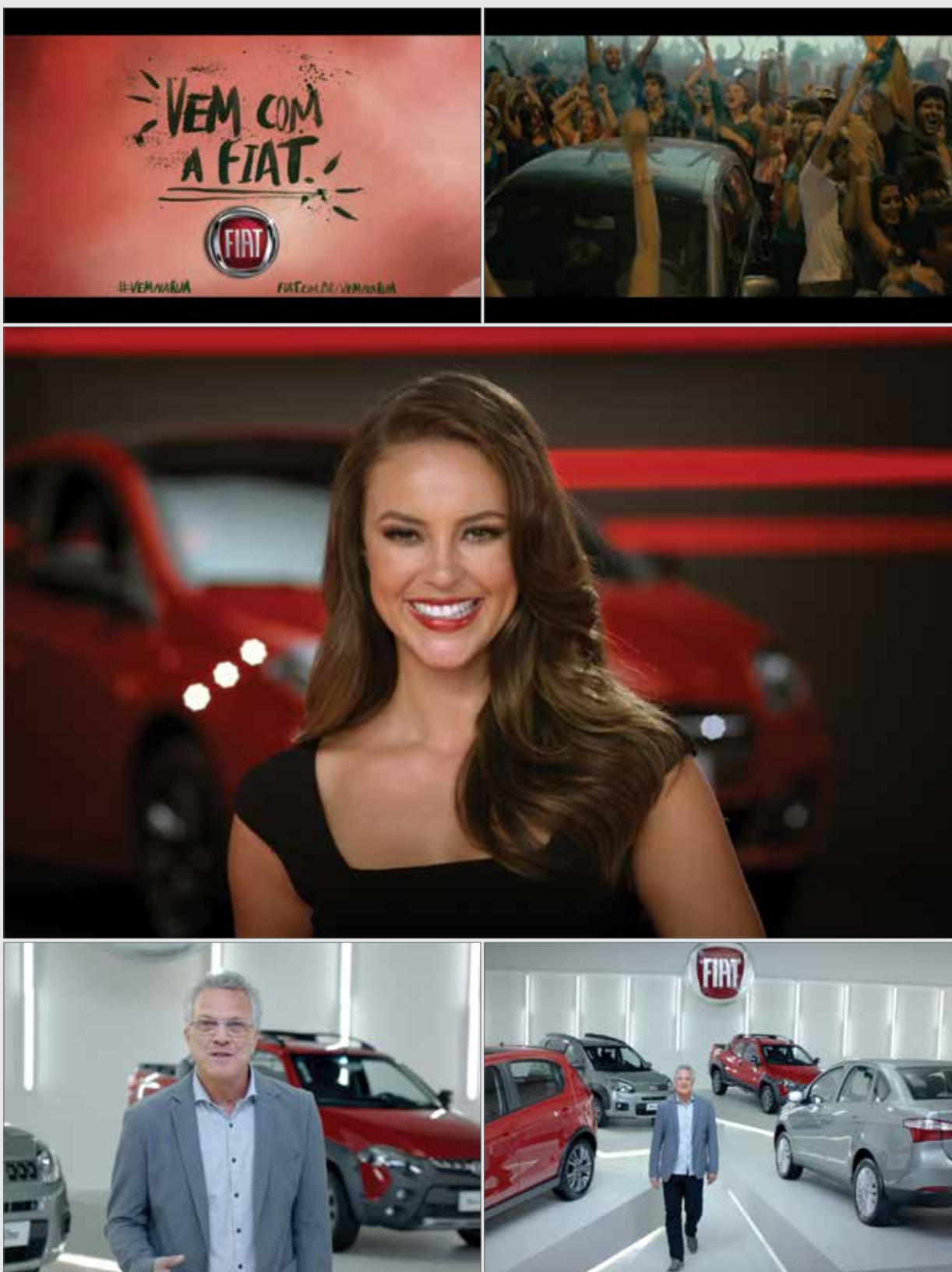
A marca foi pioneira no universo digital e em outubro de 2002 vendeu o Palio pela internet. Não havia campanha, mas uma plataforma na qual o consumidor montava seu carro e fazia sua compra. Em 2004, também na internet foi realizado o lançamento do Stilo Connect, que uniu web e celular. Contava-se uma história e, depois de viver algumas experiências online, o internauta recebia o final, que era diferente para homens e mulheres. O lançamento do Punto (2005) teve uma plataforma 100% feita para o mobile com cerca de dez mil usuários acessando. Nos anos de 2008/2009, outra iniciativa de sucesso foi o Fiat Mio, primeiro veículo-conceito construído em conjunto com

o consumidor. Teve a participação de 17 mil de internautas de mais de 130 países.

Ao longo de seus 40 anos de história, a Fiat vem colecionando uma série de prêmios. São mais de uma centena de troféus que atestam sua qualidade de gestão, de produto, sustentabilidade e comunicação. Alguns deles são: 2002 – Melhor campanha de Lançamento com os sites [www.quecarroesse.com.br](http://www.quecarroesse.com.br) e [www.fiatstilo.com.br](http://www.fiatstilo.com.br), para Stilo, no Abanet/MSN; 2003 – Ouro no El Ojo de Iberoamerica, com anúncio para Marea; 2005 – Ponto de venda, com Fiat Ducato, no Festival de Cannes; 2007 – Anunciante do Ano no Caboré, da Editora Meio & Mensagem; Melhores e Maiores da revista Exame, como melhor empresa, prêmio que se repetiu em 2008; 2009 – 7º entre os 20 melhores comerciais do mundo, pela revista Creative On Line (Fiat 500); 2011 – Prêmio "Publicidade do Ano" da revista Auto Esporte com a campanha do Fiat 500 e Cannes Lions 2014, com os troféus Inovação e Leão de Bronze em Mídia para a Fiat Live Store; Leão de Prata na categoria Rádio, pela campanha "Vem Pra Rua"; Leão de Bronze na categoria Marca & Conteúdo pelos filmes "Contos da Rua"; Leão de Bronze em Print para a campanha "Não faça a maquiagem e dirija". **MM**



**Em 2013, a Fiat lançou a plataforma Live Store na qual as pessoas se informa e interagem com seus produtos ao se conectarem com experts da empresa em tempo real**



**Atriz Paolla Oliveira figurou entre as celebridades que atuaram recentemente em comerciais da marca. Pedro Bial estreou campanha que destacava a Fiat como opção segura**