

COMUNICATO STAMPA

**ACCORDO COMMERCIALE
TRA GRUPPO FIAT-CHRYSLER E INTESA SANPAOLO**

**PARTE UN PROGRAMMA DI AGEVOLAZIONI PER IL NOLEGGIO A
LUNGO TERMINE E PER L'ACQUISTO DI VEICOLI**

- **Fiat-Chrysler e Intesa Sanpaolo si alleano per agevolare famiglie, liberi professionisti e piccole imprese nel settore della mobilità**
- **L'accordo nasce nel contesto di preparazione all'Expo 2015, evento di cui entrambi i gruppi sono Official Global Partner**
- **E' previsto lo sviluppo di un piano commerciale con specifiche offerte per il noleggio di veicoli a lungo termine, per l'acquisto di veicoli nuovi e per i servizi post vendita**

Torino, 26 settembre 2014 – **Fiat-Chrysler e Intesa Sanpaolo** hanno avviato una collaborazione commerciale per offrire ai clienti delle Banche del Gruppo Intesa Sanpaolo **vantaggi per il noleggio a lungo termine, per l'acquisto di vetture e veicoli commerciali e per i servizi post vendita.**

L'accordo è stato siglato da **Alfredo Altavilla**, COO della Region EMEA del Gruppo Fiat-Chrysler e da **Stefano Barrese**, responsabile della Direzione Pianificazione e Controllo e della Direzione Marketing del Gruppo Intesa Sanpaolo.

Entrambi i gruppi sono **Official Global Partner** di **Expo Milano 2015**, l'esposizione universale che si terrà a Milano dal 1° maggio al 31 ottobre del prossimo anno, ed è in questo contesto che è nata e si è sviluppata la partnership. In particolare, Fiat-Chrysler fornirà una flotta di vetture che saranno utilizzate per gli spostamenti all'interno dell'area dell'Expo Milano 2015 e come courtesy car per le numerose delegazioni ospiti. Intesa Sanpaolo ha sviluppato un ampio progetto di iniziative per fornitori, sponsor e visitatori, con particolare attenzione ai settori Smart City, Food e Turismo. Inoltre, presso le filiali delle Banche del Gruppo, gli sportelli bancomat e attraverso l'Internet Banking sarà possibile acquistare direttamente i biglietti d'ingresso all'esposizione.

L'obiettivo immediato è **agevolare privati e piccoli imprenditori nel settore della mobilità**, i cui costi sono un'importante voce di spesa nel bilancio delle famiglie e delle aziende. Alle imprese e alle banche gli italiani chiedono infatti di sviluppare **nuovi prodotti**

e **servizi** che siano più vicini ai loro bisogni e che consentano di semplificarne la vita senza spendere di più.

La collaborazione tra Fiat-Chrysler e Intesa Sanpaolo, due leader del mondo imprenditoriale e bancario, risponde inoltre al bisogno di **azioni concrete per stimolare la ripresa dei consumi**.¹

A partire da inizio ottobre l'accordo consentirà ai clienti delle Banche del Gruppo di **noleggiare un veicolo a lungo termine** - come da tempo avviene per le flotte aziendali - **accedendo al servizio con canoni vantaggiosi, visualizzabili direttamente on line**. Questa formula, com'è noto, trasforma il costo di utilizzo del veicolo in un canone mensile "tutto compreso" con un risparmio sulle spese d'immatricolazione, messa in strada, tassa di proprietà, assicurazione, manutenzione ed eventuali imprevisti.

Ulteriori aspetti dell'accordo verranno messi a punto da Intesa Sanpaolo e Fiat-Chrysler e riguarderanno offerte congiunte per **l'acquisto di veicoli nuovi e agevolazioni sui servizi di post vendita**.

Per **Alfredo Altavilla** l'accordo con Intesa Sanpaolo *"mette insieme due realtà particolarmente importanti nell'economia del Paese che fanno sistema e mettono a disposizione di chiunque servizi per migliorare la mobilità di tutti i giorni, come abbiamo già realizzato con il car sharing. Il nostro Gruppo produce auto sempre più attente all'ambiente, confortevoli e tecnologicamente avanzate ma è importante che anche tutto il mondo che gira intorno all'automotive sia adeguato alle aspettative di ogni automobilista. E l'accordo di oggi va in questa direzione"*.

Stefano Barrese ha sottolineato che l'accordo con Fiat-Chrysler *"consente di rafforzare l'offerta in un settore che incide particolarmente sui budget delle famiglie e delle piccole e medie imprese. Intesa Sanpaolo ha avviato da tempo un articolato cambiamento con l'obiettivo di essere, per 11,5 milioni di clienti, un punto di riferimento non solamente per le attività bancarie e di investimento, ma anche per bisogni altrettanto importanti, come la tutela assicurativa, gli acquisti, i pagamenti. Inoltre, la Banca ha ampliato le possibilità di accogliere la clientela in orari extra-lavorativi e il sabato mattina e di accedere on line e via telefono a prodotti, servizi e consulenza"*.

Per informazioni:

Intesa Sanpaolo
Rapporti con i Media - Banca dei Territori e Media locali
Tel. +39 011 5556652
stampa@intesasanpaolo.com

Fiat-Chrysler
Communications Region EMEA
Tel. +39 011 0038901
pressoffice@fiat.com

¹ Secondo una ricerca di GfK Eurisko per Intesa Sanpaolo sui Climi di Consumo, aggiornata ad agosto 2014, le percezioni dei consumatori sono oggi meno critiche: rispetto all'inizio dell'anno 6 milioni di italiani in più esprimono valutazioni maggiormente positive rispetto alla propria condizione economica. Le famiglie italiane continuano tuttavia a mostrarsi molto caute nei comportamenti di acquisto: la strategia di contenimento delle spese è ancora una scelta prevalente per il 43% dei consumatori.