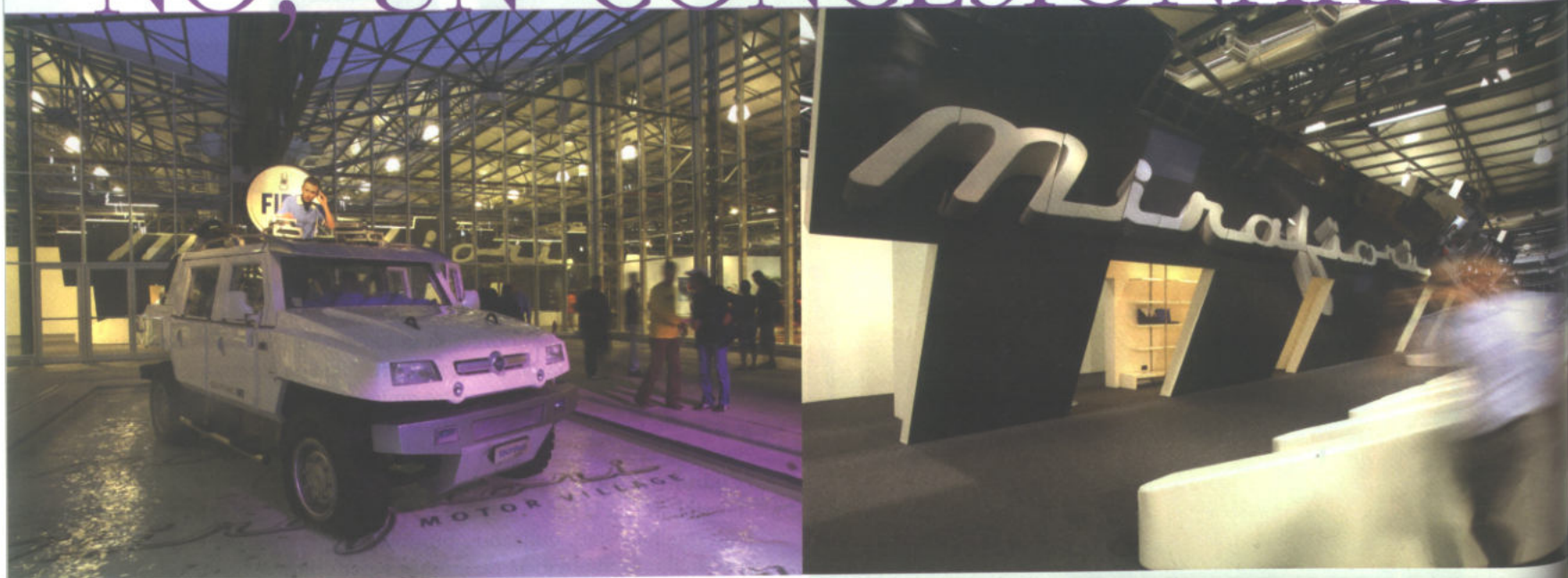


UNA NUEVA CONFIRMACIÓN DEL ÉXITO DE LOS ESPACIOS MULTIFUNCIONALES LLEGA DESDE FIAT AUTO. LA EMPRESA HA ABIERTO EN TURÍN EL MIRAFIORI MOTOR VILLAGE, UN COMPLEJO DONDE SE PROPONE EL MUNDO DEL COCHE EN LLAVE LÚDICA. CON INCLUSO UN LOCAL A LA MODA

UN CENTRO DE OCIO, NO, UN CONCESIONARIO



La enésima confirmación de que el futuro lo marcarán los espacios multifuncionales llega nada menos que desde **Fiat Auto**. Esto necesita enseguida una explicación, porque no es que la empresa de coches de Turín esté buscando una diversificación dentro del sector de la restauración: los motores siguen siendo su mundo. Simplemente, la empresa productora italiana, en estos últimos tiempos, está desarrollando proyectos de comunicación y marketing más complejos, capaces de interesar al cliente más profundamente. Así, después del **Fiat Café** abierto en la **Triennale** de Milán y el **Fiat Playa**, la playa firmada de **Punta Marana**, en Cerdeña, con restaurante, grill, piscina y zona relax con hidromasaje, es el momento, ahora, del proyecto más ambicioso: el **Mirafiori Motor Village**, el primer centro multifuncional de Fiat Auto en el mundo.

Ubicado en el interior del histórico establecimiento Mirafiori, el mayor complejo industrial italiano, este espacio se desarrolla sobre un área de 70.000 metros cuadrados, 30.000 de los cuales

cubiertos, y quiere ser un centro donde poder probar toda la gama de **Fiat**, **Lancia**, **Alfa Romeo** y **Vehículos Industriales** y, al mismo tiempo, vivir las emociones que las marcas del grupo transmiten, a través del gran número de actividades que ahí se organizan: del show room a las tiendas de merchandising, de la sala multifuncional equipada con modernos soportes audio y vídeo a la shop gallery, hasta llegar al Mirafiori Café. Este último, firmado, al igual que toda el área del complejo, por **Costa Group** (que ya se había ocupado el año pasado del Fiat Playa) y por el estudio del arquitecto **Andrea Meirana**, quiere llegar a ser uno de los locales de moda de Turín, bajo el lema de una amplia oferta de cócteles, platos de la cocina internacional y buena música en vivo.

“El Mirafiori Motor Village – explica **Maurizio Scanavino**, responsable de la promoción de la marca Fiat Auto – quiere ser un concesionario imagen para las marcas de Fiat Auto y representa la última y más moderna aplicación de la “corporate identity” de



además que a través de los matices rojos de las amplias paredes de vidrio. “Abierto todos los días de la semana, desde las 8 hasta las 12 de la noche – sigue Scanavino – el local se renueva, del desayuno al almuerzo, hasta el aperitivo, el momento más importante para nosotros, por comunicar la imagen de la marca a los jóvenes. Proponemos, de hecho, un aperitivo con una oferta amplia y diversificada para una clientela constituida, en esa franja horaria, por un público de 25–40 años de edad. Además, organizamos a menudo eventos: el último atrajo aquí a más de 6.000 personas, acogidas por personal que llevaba la colección de ropa diseñada precisamente para el Motor Village”.

Los eventos nocturnos adquieren un diferente carácter según la marca a la que están dedicados. El local, además, se ocupa también del servicio de

nuestras marcas, desarrollada a través de un acercamiento innovador al cliente en términos de servicio, acogida, venta y asistencia post venta. Si consideramos los amplios espacios que tenemos a disposición, hemos pensado incluso en actividades especiales con las que crear momentos de entretenimiento y servicio.

Una de éstas es, desde luego, el Mirafiori Café, que, realizado según un diseño moderno, se relaciona muy bien con la arquitectura de estilo industrial donde está ubicado el Motor Village, y representa la imagen de las tres marcas, utilizando materiales, colores y objetos de decoración diferentes”. Si, de hecho, para simbolizar la sensación Fiat se ha realizado una barra de cristal azul y corian blanco que, con sus 10 metros de largo, recuerda el diseño de los ‘70, el espíritu de Lancia es evocado por el conjunto de duelas de wengé e inox con partes en corian color crema, que reproduce el clásico bicolor con matices naranja y crema; mientras que la atmósfera de Alfa Romeo se respira a través de cuadros de baldosas rojo Alfa con incrustaciones de aluminio,

TAMBIÉN EL VINO TIENE MATRÍCULA FIAT

La oferta del **Mirafiori Café** no sólo es amplia y diferenciada dependiendo de las diferentes franjas horarias, desde el desayuno hasta el almuerzo (que se traduce en un brunch con una rica elección entre platos fríos y calientes, pastelería etc.), sino también muy dinámica y cambiante, en relación con los temas de las noches: desde la oriental, bajo el lema del sushi, a la parisina, más clásica, con ostras y champán. La propuesta de vinos también es muy variada y está en fase de ampliación. “Hemos empezado – explica **Scanavino** – con los vinos de nuestra línea de **licensing Fiat, Lancia y Alfa Romeo**, elaborados para nosotros por las bodegas **Scrimaglio de Nizza Monferrato**: barberás, cavas y chardonnays que ya vendemos en nuestros concesionarios y a través de la red de venta de Scrimaglio y que pertenecen a nuestro programa de comunicación de marca en ámbitos diferentes al de los coches. A éstos, se añadirán pronto otras etiquetas”.



catering para los eventos, las conferencias y los convenios organizados en el Motor Village, y es una parte importante de la filosofía del centro, que quiere hacer participar y divertir al cliente desde su llegada hasta la entrega del coche. Aquí, de hecho, como explica Scanavino, “la fidelización pasa por el aspecto emocional. Precisamente como ocurre con las marcas de coches más exclusivas, el cliente compra directamente en la fábrica (el histórico complejo de Mirafiori está precisamente detrás de este concesionario multifuncional). Por eso, la entrega del nuevo coche es un momento emocional, muy brindado en el Mirafiori Café. La idea es la de hacer de este concepto el punto de referencia para todos los concesionarios, a replicar, además, allí donde haya espacios adecuados, tanto en Italia como fuera de ella”. ■