**Kia al fianco del CNR per la ricerca ambientale  
In arrivo in TV “I 4 ELEMENTI, LA NATURA CHE PARLA”  
Un programma su natura e sostenibilità condotto da Luigi Pelazza**

**Una serie di 8 puntate in onda su Rai2 alle 15.35 dal 23/9 al 2/10 ad esclusione delle puntate del 24 e 25 settembre che saranno trasmesse alle ore 14.00. Disponibili anche su Rai play**

**Kia è Automotive partner della produzione realizzata da Showlab che coinvolge CNR, Carabinieri e personaggi dello spettacolo come Piero Pelù e Mauro Corona**

**Settembre 2020 –** Con il lockdown l’Italia si è fermata, le imprese hanno chiuso, gli spostamenti si sono ridotti al minimo e le abitudini quotidiane si sono radicalmente modificate. A non essersi frenata però è stata la natura che ci circonda che, libera dalla stretta dell’inquinamento e della contaminazione umana, ha vissuto una vera e propria rinascita. Da questa considerazione è nata l’idea che ha portato alla genesi di “I 4 elementi, la natura che parla”, una serie di 8 puntate condotta dal reporter Luigi Pelazza in onda su Rai2 alle 15.35 dal 23/9 al 2/10 e alle 14.00 per le del 24 e 25 settembre. Disponibili anche su Rai play.

Analizzando lo stato di salute dei 4 elementi nei diversi ambienti naturali ed interpretando i segnali che la natura ci manda, attraverso campionamenti ed esperimenti scientifici, la serie si pone l’obiettivo di suggerire i comportamenti da mettere in atto per evitare di provocare danni irreparabili all’ambiente in cui viviamo.

Mostrando i danni causati delle condotte non sostenibili così come gli effetti positivi dei comportamenti responsabili e gli esempi virtuosi di chi si impegna nelle attività più disparate a favore dell’ambiente, di puntata in puntata, il diario di Luigi Pelazza cercherà di coinvolgere attivamente il pubblico in quella che si pone una vera e propria rivoluzione ecologica integrale.

Ad accompagnare Luigi Pelazza in questo viaggio, oltre ai ricercatori del CNR che condivideranno innanzitutto l’esperienza di vita e poi aiuteranno a comprendere meglio i segnali della natura, ci saranno anche le vetture della gamma elettrificata di Kia, con e-Soul ed Niro Plug in Hybrid in prima linea. E come in ogni viaggio che si rispetti la cosa più importante saranno gli incontri con tante persone che condividono l’urgenza di fare qualcosa per l’ambiente: dai Carabinieri ai volontari delle più disparate associazioni che operano sul territorio. Non mancheranno infine anche degli ospiti speciali come lo scrittore Mauro Corona e la rockstar Piero Pelù.

“I 4 elementi, la natura che parla” è una produzione Showlab realizzata in collaborazione con KIA, CNR e l’Arma dei Carabinieri.

**CSR e borsa di studio**  
Oltre alla realizzazione della serie televisiva, l’impegno di Kia nella tutela dell’ambiente si è concretizzata con la donazione di una borsa di studio per la ricerca al CNR. La donazione è stata simboleggiata da una “mini manta” consegnata dall’Amministratore Delegato di Kia Italia, Giuseppe Bitti a Marco Faimali, direttore IAS/ CNR, e subito collegata ad una canoa realizzata con plastica riciclata per effettuare il primo campionamento di una lunga serie che durerà per tutto l’anno fornendo importanti dati per la ricerca legata alla presenza di microplastiche nei nostri mari. “Kia ancora una volta è protagonista in importanti azioni di CSR – ha spiegato Bitti - Partecipare attivamente ad un progetto di ricerca a fianco del CNR è motivo di orgoglio per la nostra azienda e un’azione che ci vede protagonisti in prima linea nella definizione di una mobilità alternativa. Uno degli obiettivi principali di Kia per i prossimi anni sarà infatti quello di diventare oltre che produttore anche fornitore di soluzioni per una nuova mobilità improntata sulla trazione elettrica dei propri veicoli”

**Un esempio di brand integration**  
La partecipazione di Kia in veste di automotive partner nella produzione di “I 4 elementi, la natura che parla” è un esempio di vera e propria brand integration all’interno del tessuto narrativo della serie. A differenza di un qualsiasi placement, Kia ha inserito le proprie vetture come elemento portante, creando una sinergia con tutte le altre realtà coinvolte nel progetto: “Grazie a questa collaborazione siamo andati oltre a quello che normalmente verrebbe definito un branded content – spiega Giuseppe Mazzara, Marketing Communication & CRM Director– le nostre auto non sono solo collocate all’interno della produzione, ma sono parte integrante della narrazione stessa. La nostra e-Soul è la vera compagna di viaggio di Luigi Pelazza, creando un connubio di reciproca valorizzazione con una realtà prestigiosa come il CNR”.

**Kia Motors Corporation**

*Fondata nel maggio del 1944, Kia Motors Corporation (www.kia.com) è stato il primo produttore di autoveicoli in Corea. Oggi Kia vende oltre 3 milioni di veicoli l'anno in 190 Paesi, con oltre 52.000 dipendenti in tutto il mondo, ricavi annui superiori a 49 miliardi di dollari e stabilimenti produttivi in 5 Paesi. Kia è Main sponsor dell'Australian Open, Official automotive partner della FIFA, Partner ufficiale della UEFA Europa League. Lo slogan del brand, "The Power to Surprise", rappresenta l’impegno globale di Kia nel sorprendere il mondo, con prodotti che riflettono l’approccio entusiasmante e stimolante, in grado di offrire un’esperienza oltre le aspettative*

**Per informazioni:**

**Francesco Cremonesi – PR Assistant Manager**: +39 3351207396; +390233482180

francesco.cremonesi@kia.it

**Cristina Nichifor – PR Specialist**: +39 02 33482 183; +39 366 6327001   
cristina.nichifor@kia.it