Fiat 500 Forever Young:

después de Turín y Londres, el viaje en el tiempo del Fiat 500 pasa por París

* ***En la página web*** [***www.500foreveryoung.fiatpress.com***](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com/) ***puede verse el tercer episodio de la serie web dedicada al icono Fiat que este año celebra 60 años de historia y grandes éxitos.***
* ***La visita virtual llega a la cosmopolita París, entre los años setenta y ochenta, ofreciendo un nutrido archivo de fotos, vídeos y documentos de la época.***
* ***El interesante viaje multimedia forma parte de un plan de comunicación más amplio que celebra el largo camino que lo ha convertido en un icono mundial, con casi seis millones de unidades vendidas.***

**Alcalá de Henares, 8 de mayo de 2017.-** La marca Fiat ha elegido el Salón del Automóvil de Ginebra como escenario internacional para dar inicio a las celebraciones del 60 aniversario del Fiat 500, el icono fiel a sí mismo, pero siempre actual, que se presentó por primera vez el 4 de julio de 1957 en Turín.

**Después del estudio de Dante Giacosa en Turín y de** Piccadilly Circus en Londres, el interesante viaje multimedia de [“500 Forever Young”](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com/) llega a la cosmopolita y elegante París, entre los años setenta y ochenta, cuando la capital francesa vive una segunda juventud gracias a la revolución estudiantil de 1968. De hecho, aunque ya no desfilan esos chicos deseosos de más libertad, por las calles de las ciudades europeas serpentea en silencio otra revolución, sin duda no menos importante: la revolución de lo “pequeño”.

Para la tecnología, de hecho, el desafío es reducir el tamaño, hacer que todo sea portátil y personal, que esté siempre a mano. Por otra parte, las “pequeñas grandes” cosas de la vida cotidiana son las que se vuelven a descubrir a diario. Nunca dadas por descontado, siempre indispensables, son parte de nuestras vidas y las llenan día tras día, más que los grandes acontecimientos. Al igual que el pequeño gran Fiat 500, que en sesenta años de historia ha mostrado al mundo cómo un automóvil compacto puede convertirse en un icono atemporal. Por otra parte, algunos de los objetos resultantes de la creatividad de la industria italiana, como el 500 o la Vespa, no pueden ser juzgados simplemente por su estética, ni representan únicamente un buen trabajo de ingeniería en el que la forma sirve a la función. Son, en cambio, potentes alquimias, revolucionarias en el diseño y en el concepto las que redefinen los puntos comunes de referencia y comparación. Cuando esto sucede, surgen obras maestras en la historia de la industria. Y el Fiat 500 es una de estas.

Prosigue así la serie web que celebra el 60 aniversario del Fiat 500, el icono fiel a sí mismo pero siempre actual, además de ser parte integral de un plan de comunicación más amplio que se articula por web, radio y televisión. También se han programado múltiples iniciativas, incluyendo un emocionante recorrido por las plazas más bellas de Europa, que implicará a fans y coleccionistas del Fiat 500, de ayer y de hoy. Partiendo el mes pasado de Italia, precisamente en estos días el “500 Forever Young Tour” llega a Francia con eventos especiales que reúnen producto, historia, arte y costumbres.

Las mismas emociones se pueden sentir con el viaje virtual de [“500 Forever Young”](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com/) que en su tercera etapa llega a París, entre los años setenta y ochenta, cuando el pequeño gran vehículo disfruta de un creciente interés por parte del público, aunque ya no está en producción. Será por su línea suave y redondeada, que despierta enseguida simpatía, o tal vez por ese aire “descarado”, que hace brotar una sonrisa de complicidad a quien cada día se enfrenta al tráfico urbano, pero el Fiat 500 se abre camino en el corazón de los franceses que lo eligen en esos años porque lo consideran elegante, sobre todo las mujeres, y al mismo tiempo reconocen su practicidad y su forma de ser casual con estilo, en particular los jóvenes. Y es precisamente el apartamento parisino de un joven que vive esos años especiales el tercer escenario de la serie web.

En particular, en la página de inicio de [“500 Forever Young”](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com/) se reproduce una estancia del distrito XVI, decorada con objetos y muebles de la época. Cada uno de estos es un hotspot que permite acceder a textos, fotografías y vídeos que narran la efervescencia de aquellos años y la larga serie de avances tecnológicos que han cambiado nuestras vidas. Algunos de estos objetos-símbolos están en la mesita del apartamento. Un walkman con auriculares, una consola portátil Nintendo Gameboy, un reloj Swatch, las gafas Persol y hasta un llavero de un 500. Cada uno de estos objetos representa el espíritu alegre de esos años, es un objeto de pequeño tamaño, pero que oculta una gran tecnología e innovación. Al igual que el 500, icono pop que durante décadas nunca ha pasado de moda, de hecho, en los últimos años ha conquistado a todos los amantes de la belleza y la originalidad. Pero hay más. El pequeño gran vehículo responde a la más auténtica tradición Fiat que permite democratizar el acceso a contenidos y tecnologías nunca antes ofrecidas en el segmento de los utilitarios: el 500 es el automóvil del pueblo.

Sin duda hacía soñar la televisión en color que en los años ochenta se vuelve cada vez más compacta y está presente en otras estancias aparte de la clásica sala de estar. Se encuentra en la cocina, donde las madres siguen Dallas o Dinastía o en las habitaciones de los niños, literalmente pegados al televisor viendo Días felices o videoclips de grupos del momento como Duran Duran y Spandau Ballet. Al hacer clic en la televisión, con el inolvidable grabador de vídeo debajo, se pueden ver algunas imágenes del Archivo Histórico Fiat de esa época. Y cerca de la TV hay otros tres objetos que confirman el carácter extraordinario de lo “pequeño” en la vida cotidiana: un cómic del guerrero galo Asterix; un bolígrafo Bic, el primer y más popular objeto “desechable” del planeta; y la máquina de escribir Olivetti ET-101, con una mini pantalla sobre el teclado para corregir antes de escribir en el papel. Incluso el pequeño 500 es extraordinario, al ir más allá del concepto de “medio de transporte” para irrumpir en el de las “más auténticas emociones”.

Por lo tanto, el 500 es un objeto especial que evoca amistades, viajes de aventura y primeros amores. No es casualidad que el apartamento parisino esté decorado con dos pósteres de la época: uno con la selección francesa de fútbol que en 1984 ganó el título europeo, el otro es una cartelera de 1981 con una jovencísima Sophie Marceu. Y también será ella, unos años más tarde, la que haga de Ariane en la comedia De l’autre côté du lit de 2008, junto con su particular 500 rosa. Obviamente es el 500 Pink de 2008, una de las muchas versiones del heredero del legendario Cinquino que cuenta con decenas de personalizaciones y series especiales. Por otra parte, siempre fiel a sí mismo, el 500 ha sabido mostrarse, a lo largo de los años, con diferentes “prendas de vestir”: este es también uno de los secretos de su eterna juventud. Eternos son también dos iconos del deporte como el italiano Enzo Maiorca y el francés Jacques Mayol, cuya rivalidad inspiró a Luc Besson para la película El Gran Azul de 1988. En el rodaje también aparece un 500 de época que encarna perfectamente el carácter italiano del protagonista.

Por último, en el apartamento parisino de [“500 Forever Young”](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com/) hay dos ventanas: por una se puede admirar la majestuosa Torre Eiffel que, desde 1889, vigila sobre la romántica capital francesa, mientras que por la otra se puede ver la pirámide del Louvre, el museo más famoso del mundo que precisamente en los años ochenta se renueva con esta exótica obra del arquitecto Leoh Ming Pei. Después de todo, solo aquellos que tienen una fuerte personalidad y una fama incuestionable pueden permitirse el lujo de cambiar sin temor a perder su identidad. Sucedió en el Louvre con la gigantesca pirámide exterior y le sucedió en 2008 al nuevo 500, que ha heredado el mito de su antecesor, icono mundial del diseño italiano, que durante sesenta años ha sido capaz de reinventarse sin cambiar sus valores con el paso del tiempo.

Termina así el tercer episodio de la serie web [“500 Forever Young”](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com/) que marca un paso más en el largo camino que el pequeño gran Fiat ha recorrido desde 1957 hasta nuestros días, influyendo en la moda, en la sociedad y en las costumbres, y convirtiéndose en un auténtico icono global con casi seis millones de vehículos vendidos hasta ahora. Y la historia continuará el próximo mes con una nueva ambientación para narrar un período histórico en el que el modelo ha vivido como protagonista.

**Fiat Chrysler Automobiles Spain, S.A.**

**Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales**

**Tel.: +34 – 91.885.37.03**

**Emai: fca@prensafcagroup.com**

**También puedes seguirnos en www.fiatpress.es**