Abundancia de premios

para los anuncios de Fiat

* **La marca ha conquistado cinco trofeos en tres importantes concursos: “GrandPrix Advertising Strategies”, “NC Awards" y “Key Award”.**
* **Las estrellas son todas las versiones de la familia 500, desde el emblemático 500 y 500X hasta el 500L.**
* **Leo Burnett es la agencia creativa europea de la marca Fiat que ha creado y realizado las campañas premiadas.**

**Alcalá de Henares, 25 de mayo de 2017.-** Ha sido una estupenda semana para Fiat que ha obtenido cinco prestigiosos premios con su publicidad. Realizadas en colaboración con la agencia creativa Leo Burnett, las campañas ganadoras son el resultado del enfoque constantemente innovador de la marca en esta área. La estrella es toda la familia 500, desde el emblemático Fiat 500 hasta el crossover italiano Fiat 500X y el Fiat 500L, que conforman una familia como ninguna otra en el ámbito automovilístico internacional.

Los premios “GrandPrix Advertising Strategies”, los más importantes en Italia para las marcas y la publicidad, se entregaron en Milán.

El primer premio en la categoría “Contro un avversario” fue para el anuncio “500X Transition” protagonizado por el ganador del Oscar Adrien Brody y el crossover Fiat. Durante el viaje, el vehículo conducido por el actor se transforma en un trineo de perros, un hoverboard, una scooter vintage y un carruaje. Estos vehículos representan las peculiaridades del 500X: prestaciones, innovación, estilo, confort y elegancia.

El primer premio en la categoría “Leader/Evergreen” fue para el vídeo “500S Test” que se colgó en las redes sociales y obtuvo el rotundo resultado de 13 millones de vistas espontáneas y se compartió más de 500.000 veces en una semana. La campaña se dedica a los “Bad Boys” para los que el Fiat 500S, la versión especial con un look intrépido y una personalidad fuerte, ha sido diseñado y creado específicamente.

La larga lista de premios de Fiat se ha completado con la victoria en la categoría “Viral” en el “Key Award”, el concurso dedicado exclusivamente a películas publicitarias, con el proyecto “500L Pronto mamma”: unos días antes del Día de la Madre, se ofrecía una carrera gratuita en taxi a los clientes que pasaran todo el tiempo a bordo hablando por teléfono con sus madres.

El éxito de la publicidad de Fiat se ha reafirmado en el concurso “NC Awards” creado por ADC Group para centrarse en la publicidad integrada y holística en Italia, que cada año reúne a los nombres más importantes del mundo del marketing y la publicidad en el jurado. Fiat obtuvo dos medallas: de plata para “500 The Cult Sharing” en la categoría de marketing relacional y de bronce para “Eroi cercasi” en la categoría de patrocinadores. En particular, durante la reciente Milano Design Week, los célebres vehículos 500 del servicio de compartir coche “Enjoy” fueron reemplazados por algunos modelos antiguos de 1957 para la operación “500 The Cult Sharing”. Fue una forma original de celebrar el glorioso icono del diseño automovilístico internacional.

**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**