Fiat 500 Forever Young: después de Turín, Londres y París el viaje a través del tiempo de Fiat 500 pasa por Madrid

* **En la página web** [www.500foreveryoung.fiatpress.com](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com/) **puede verse el cuarto episodio de la serie web dedicada al icono Fiat que este año celebra 60 años de historia y grandes éxitos.**
* **Después de Turín, Londres y París, la gira virtual llega a Madrid, entre los años ochenta y noventa.**
* **Una etapa emocionante hacia el gran final que se producirá el 4 de julio cuando se festejará al pequeño gran vehículo en todo el mundo.**

**Alcalá de Henares, 8 de junio de 2017.- Resulta cada vez más emocionante el viaje** multimedia de [“500 Forever Young”](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com), la serie web que narra la historia del Fiat 500, un auténtico icono global con unos seis millones de vehículos vendidos desde 1957 hasta nuestros días. **Después de comenzar el pasado mes de marzo en el estudio de Dante Giacosa en Turín y haber pasado por las cosmopolitas ciudades de Londres y París, la gira virtual** llega a Madrid en su cuarto episodio. Continúa así el viaje de este mítico automóvil que el próximo 4 de julio se festejará en todo el mundo por sus **60 años de historia y grandes éxitos.**

La capital española vive un periodo de euforia y dinamismo sin precedentes entre los años ochenta y noventa, que se conoce mejor como “La Movida”. Es un clima efervescente, en el campo cultural y artístico, que se extiende también a la moda y el diseño. La nueva ambientación de la web “500 Forever Young” recrea el interior de un club de fans del Fiat 500, una ubicación sugerente decorada con objetos, cuadros y revistas de la época que se convierten en *hotspot* con información específica. Un viaje a través del tiempo, pero siempre con “él” en el centro, como puede verse por el ejemplar histórico expuesto y rodeado de varios productos de *merchandising:* desde la gorra con el logo 500 hasta los coches en miniatura de colores. Todo gira en torno al icono Fiat, una auténtica obra de arte capaz de enriquecer el entorno que la rodea.

Pero volvamos a los años ochenta. Madrid es una ciudad que ha cambiado considerablemente, también gracias al alcalde Enrique Tierno Galván que desde 1984 la convierte en un símbolo de modernidad e identidad nacional, apoyando la renovación social y cultural de la época. La música se toca por las calles y en los locales se saborean las tapas, disfrutando de una copa de vino, tal vez antes de ir al cine para ver “Mujeres al borde de un ataque de nervios” (1988) de Pedro Almodóvar. Aunque Madrid asumió un papel prominente, en 1992 otras dos ciudades españolas se transforman para acoger dos eventos de importancia mundial: son Barcelona, con laXXV edición de los Juegos Olímpicos, y Sevilla con la Expo. El mismo año se celebra el quinientos aniversario del descubrimiento de América por Colón, otro símbolo de Italia popular en todo el mundo. En estos años aparecen en los escaparates de las tiendas españolas los primeros Camper, una nueva forma de calzar la filosofía “casual”, que en la ropa destaca con los resplandecientes vestidos de Ágatha Ruiz de la Prada que plasma el pop-art en la moda. Como el Fiat 500, un coche Pop que nunca pasa de moda.

Aunque en esos años no se produce el Fiat 500, su fama de icono para coleccionar también triunfa en España, donde se abrieron clubes de fans oficiales como el “fiat500catalonia”, para reunir no solo a los propietarios de Fiat 500, sino también a apasionados del arte y la cultura italiana. Por otra parte, todavía hoy el mítico 500 es el coche italiano más coleccionado en el mundo y, en opinión del sitio europeo de compraventa online *Autoscout24*, es el más popular entre los modelos de más de treinta años. Así pues, un auténtico objeto de culto que en 2007 apareció en un sello conmemorativo: fue el homenaje de Correos de Italia para el cincuentenario del pequeño gran automóvil italiano.

Además de ser objeto que vale la pena coleccionar, el Fiat 500 sigue siendo fuente de inspiración para los diseñadores: baste pensar que el nuevo 500 lanzado en 2007 revolucionó completamente el escenario internacional de los city-car. Y ahora le toca a la nueva serie especial dedicada al 60 aniversario escribir una nueva página de esta maravillosa historia que comenzó el 4 de julio de 1957 y que sigue animando a los apasionados de la belleza y la originalidad. Precisamente en el día de su cumpleaños, la serie web “500 Forever Young” regalará un episodio especial dedicado a este símbolo del diseño italiano que durante sesenta años ha sabido reinventarse sin cambiar sus valores en el tiempo.

**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**