Aún más premios para el proyecto “The Fiat 500 Forever Young Experience”

* **La gira europea del Fiat 500 triunfa en MediaStar, el prestigioso concurso de la industria publicitaria.**
* **Dos oros otorgados en las secciones “Event” y “Mediastar/Promotion”.**
* **Hasta el momento, el proyecto ha recibido trece trofeos italianos e internacionales.**
* **Ahora ya en su undécimo año, el 500\* ha registrado su mejor resultado con más de 74.000 vehículos vendidos en toda Europa en los primeros meses de 2018.**

**Alcalá de Henares, 13 de junio de 2018.-** La ceremonia de entrega de premios del concurso MediaStar, que tiene como objetivo mostrar las habilidades profesionales de aquellos que contribuyen con su experiencia técnica al éxito de un proyecto publicitario, se celebró ayer por la tarde en Milán. Presentado en el Auditorium Testori, el evento contó con la presencia de un gran número de agencias de publicidad, productoras y empresas de posproducción audiovisual y de web-factoring.

El concurso independiente, que se encuentra en su vigésimo segundo año, se divide en cuatro áreas diferentes, que cubren diversos campos de la publicidad, divididas en 12 secciones cada una. Los jueces otorgaron dos primeros puestos en las secciones “Event” y “Mediastar/Promotion” a la gira europea “Forever Young Tour Experience” que el año pasado celebró el 60 cumpleaños del Fiat 500.

Esto significa que el proyecto, creado por la agencia Ideal, ya cuenta con un total de trece trofeos italianos e internacionales. El año pasado reprodujo el ambiente de 1957 en tres ciudades, Cannes, Múnich y Madrid, para celebrar el 60 aniversario del Fiat 500 y recrear un viaje genuino a través del tiempo. Cada etapa del viaje expresaba totalmente la cultura local de los lugares elegidos. Finalizó en Madrid con un asombroso evento con casi un centenar de actores y extras caracterizados, tiendas vintage con encanto que representaban algunas excelencias de la fabricación italiana en áreas de la moda, la comida y el diseño, y automóviles Fiat 500 clásicos.

La estrella indiscutible del proyecto “The Fiat 500 Forever Young Experience” fue la edición especial del 500 dedicada al 60 aniversario. Desfiló a lo largo del paseo marítimo de Cannes, la ciudad francesa famosa por su Festival Internacional de Cine, como una estrella del celuloide, saludada por miles de turistas que nunca dejaron de fotografiarla. Recibió el mismo tipo de ovación en la distintiva Wiener Platz de Múnich, uno de los lugares más famosos de la ciudad bávara con su mercadillo permanente y la cercana bodega de cerveza Hofbräuhaus. Más de siete mil visitantes se agolparon en la animada Calle de Jorge Juan esquina Calle de Serrano, una de las áreas de entretenimiento urbano más grandes de Madrid, iluminándolo con los flashes de sus cámaras y *smartphones* para tomar fotografías del automóvil, producido en una edición limitada numerada, así como del espléndido decorado creado para mostrar el atemporal icono italiano.

El vínculo entre la capital española y el icono de Fiat es tan fuerte que se eligió el 23 de mayo de este año como punto culminante para otra gira europea. Esta gira visitó algunas de las ciudades más prestigiosas de Europa: de Milán a Londres y de Berlín a París, y luego a Madrid. La estrella de este viaje fue el irresistible 500 Collezione, la trigésima de las ediciones especiales lanzadas en los últimos once años. El 500 Collezione ya está en los concesionarios Fiat de toda Europa. El Fiat 500 siempre ha sido un creador de tendencias que, sin dejar de ser fiel a sí mismo, ha sido reinterpretado a lo largo del tiempo, uniendo su nombre a marcas emblemáticas del mundo de la moda, los yates de lujo, el arte y los deportes, en un una serie de ediciones especiales creadas para explorar territorios inusuales para un coche urbano.

Lanzado en 1957 y afianzándose a lo largo de los años como el símbolo de la motorización de masa en Italia, el Fiat 500 renació en 2007 cuando debutó el nuevo modelo y se convirtió en un fenómeno mundial. Esto se demuestra con los más de dos millones de vehículos vendidos en más de 100 países en todo el mundo. Más del 80 % de las ventas se han realizado fuera de Italia y el 500 ha sido el más vendido en su segmento en Europa desde 2013. En los primeros cuatro meses de 2018, el 500 ha sido líder de mercado en nueve países (Reino Unido, España, Bélgica, Suiza, Portugal, Austria, Hungría, Croacia y Eslovenia) y se ha situado entre los tres primeros en otros siete (Italia, Alemania, Francia, Suecia, Eslovaquia, Rumanía y Bulgaria). También en los primeros cuatro meses de 2018, en su onceavo año, el 500\* ha batido su propio récord con más de 74.000 coches vendidos en Europa.

\* Versiones Fiat 500 y Abarth 500 en total.

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

**Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales**

**Tel.: +34 – 91.885.37.03**

**Emai: fca@prensafcagroup.com**

**Para más información, por favor, visite la web de prensa de FCA en www.fiatpress.es**