**Presentado el cortometraje de lanzamiento del nuevo Fiat 500X en los prestigiosos premios Key Award 2018**

* **Realizado por la marca Fiat en colaboración con la agencia creativa Leo Burnett, el cortometraje creado en torno al nuevo 500X obtiene uno de los premios de publicidad más codiciados de Italia.**
* **Inspirado en la película de culto de los ochenta "Regreso al futuro"\*, el cortometraje "**[**La experiencia del mañana, hoy**](https://www.youtube.com/watch?v=yCuBSRfuHoc)**" se ha lanzado en los canales sociales de Fiat y ha tenido más de 42 millones de visitas, el mejor resultado del grupo FCA.**
* **Filmado en Turín y Milán por el director Ago Panini, con el cameo del famoso actor Christopher Lloyd, el cortometraje es el último capítulo del vínculo inquebrantable que une a Turín, la marca Fiat y la mejor tradición cinematográfica desde principios del siglo XX.**
* **Una manera original de ilustrar las principales novedades del crossover Fiat 500X, que ha renovado su estilo, sus motores (con la nueva familia FireFly), sus avanzados sistemas de ayuda a la conducción y su conectividad de vanguardia.**

**Alcalá de Henares, 20 de noviembre de 2018.-** La ceremonia de presentación de la 50ª edición del Key Award 2018, uno de los premios italianos más codiciados por el cine publicitario, se celebró ayer por la noche en el **Teatro Elfo Puccini** de Milán. Organizado por Media Key, el grupo que publica las revistas más importantes de la industria y referente para los directores de marketing italianos, el prestigioso premio ha sido otorgado al cortometraje “Fiat 500X - La experiencia del mañana, hoy”, que ha ganado en la categoría “Transporte y Energía”.

Concebido por la agencia creativa Leo Burnett y dirigido por Ago Panini para la compañía Movie Magic Production Company, el vídeo ha acompañado el lanzamiento del nuevo 500X. En la película, el coche se transforma en una increíble "máquina del tiempo", conservando las características estilísticas del emblemático 500, además de brindar nuevas tecnologías "prestadas" por el futuro. Este es el concepto que subyace en la campaña publicitaria, que utiliza la narrativa original inspirada en la película de culto "Regreso al futuro"\* para rendir homenaje a la gran tradición cinematográfica y convertirse en un gran éxito en la web:ha registrado más de 42 millones de visitas en los canales sociales de Fiat, el mejor resultado para una marca FCA.

El cortometraje "Fiat 500X - Una experiencia del mañana, hoy" se desarrolla en una ciudad italiana de los años sesenta, donde una joven pareja viaja a bordo de un Fiat 600 serie D por calles con tiendas, transeúntes y coches de la época, evocando el inimitable estilo italiano que pronto conquistaría el mundo entero. Pero de repente, un rayo golpea el automóvil y lo lanza hacia el futuro, que es nuestro presente, transformándolo en el nuevo 500X: esto desencadena una secuencia de situaciones asombrosas que permiten a la joven pareja descubrir todas las nuevas características del modelo.

Durante esta experiencia única y emocionante, los protagonistas descubren y relatan todas las innovaciones del producto, como los nuevos motores FireFly Turbo 1.0 y FireFly Turbo 1.3 que son otra primicia en el diseño de motores del Grupo y, al igual que el fascinante insecto del que toman su nombre, son la fuente de energía más compacta y limpia disponible en los vehículos Fiat. También se destacan el sistema Uconnect 7" HD LIVE con navegador por satélite integrado y sistema de conectividad, los nuevos faros full LED para mayor visibilidad y seguridad, y los numerosos sistemas de ayuda a la conducción, como el **Reconocimiento de señales de tráfico con Aviso de velocidad y Aviso de salida de carril de serie en todas las versiones.** El cortometraje termina cuando la joven pareja regresa a su propia época, todavía a bordo del nuevo 500X, saludados por un amable policía interpretado por el famoso actor americano Christopher Lloyd.

**Claramente, el cortometraje dedicado al nuevo 500X continúa con la** estrategia iniciada en 2017 con **el vídeo homenaje** “See you in the future”, ganador de la categoría “Branded Entertainment/Storytelling” de los premios Key Award del año pasado, que celebró el 60 aniversario del emblemático 500 y contó con la presencia del oscarizado Adrien Brody. Pero eso no es todo. El cortometraje "Fiat 500X - Una experiencia del mañana, Today" también es el último capítulo en la estrecha relación entre la marca Fiat, el cine y Turín, un vínculo inquebrantable también confirmado por la ubicación elegida para el lanzamiento internacional del nuevo modelo: el Museo Nacional de Cine de Turín, ubicado en la Mole Antonelliana, que se ha elevado sobre la capital del Piamonte durante más de un siglo.

Además, el ilustre primer miembro de la familia 500 también ha protagonizado otra de las categorías de los Key Award 2018. La película publicitaria "What the Fragrance", realizada por Perfume Holding y Leo Burnett, ha obtenido el primer premio en la categoría "Online commercial". La película ha marcado el lanzamiento de la exquisita fragancia 500, en versión femenina y masculina, creada por los maestros perfumistas de Perfume Holding e inspirada en el mítico Fiat 500, un icono de estilo que no se ha visto afectado por el paso de los años, que siempre se ha mantenido fiel a su identidad distintiva y que ha influido en una variedad de entornos creativos muy diferentes, desde el diseño hasta el arte y desde la moda hasta el cine.

\* “Back to the Future” es una marca registrada con copyright de Universal Studios y U-Drive Joint Venture. Con licencia de Universal Studios. Reservados todos los derechos.

**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**