**Fiat Panda Trussardi, el primer**

**“Panda de lujo”**

* **El Panda Trussardi supone un nuevo hito en la larga historia de este vehículo al convertirse en el primer “Panda de lujo”.**
* **Una carrocería color Cafè con detalles color negro en contraste hace su primera aparición con la edición especial Trussardi, que se desarrolla en la carrocería Cross.**
* **En el interior hay un habitáculo *premium* con materiales y detalles originales, y el inimitable toque de alta costura de Trussardi en los cinturones de seguridad, el volante y la tapicería.**
* **El Panda Trussardi es una especie de llave maestra lujosa y democrática sobre cuatro ruedas, perfecta para ir al gimnasio o al teatro, para circular por la ciudad, la playa o la montaña con toda la familia.**
* **También está disponible con tracción total para salir de la ciudad y estar preparados para cualquier eventualidad.**
* **Ava Max protagoniza la nueva campaña de lanzamiento del Panda Trussardi que reescribe las reglas de la comunicación en el sector del automóvil, adoptando un enfoque más similar al de la industria de la moda.**
* **El Fiat Panda, del que se han vendido más de 7,5 millones de unidades, ha sido líder de su segmento en Europa desde 2003. También ha tenido el mejor crecimiento del segmento en la primera mitad de 2019 y con la edición especial Trussardi añade un toque de frescura exclusiva a su famosa funcionalidad.**
* **Fiat Panda Trussardi ya disponible en los concesionarios españoles desde 11.500 €**

**Alcalá de Henares, 17 de septiembre de 2019.-** El Fiat Panda Trussardi, el primer Panda de lujo que surge de la colaboración entre dos marcas que han hecho historia en sus respectivas industrias aportando lo mejor de la producción italiana en el mundo, se presenta hoy e inicia la primera operación de cooperación entre marcas en la que participan un Fiat Panda y una marca de moda. Fiel a las increíbles cualidades funcionales que le han permitido ganarse el corazón del gran público y pisar con orgullo las calles de Europa, hoy el Fiat Panda viste el estilo urbano de Trussardi.

“El Panda puede presumir de 39 años de éxito y ha sido el automóvil más popular en Italia durante seis años. También ha sido el coche urbano más vendido en Europa desde 2003. Se han vendido 7,5 millones de unidades, de las cuales cinco millones todavía están circulando”, ha mencionado Olivier François, presidente de Fiat Brand Global. “También bate récords. Fue el primer coche urbano 4x4, el primer automóvil pequeño en instalar un cambio automático, el primer SUV urbano y el primer automóvil en escalar el Monte Everest. Hoy tenemos el primer 'Panda de lujo', el Panda Trussardi”.

“Trussardi fue la primera marca italiana en acercar la moda al gran público, organizando desfiles de moda por los rincones de la ciudad y en lugares cercanos a la gente”, ha comentado Tomaso Trussardi, Presidente de Trussardi. “Siempre hemos creado productos con un diseño único y nuestra visión de marca es inclusiva y multifacética. Hoy, Fiat Panda viste el estilo Trussardi y se está convirtiendo en un automóvil contemporáneo y funcional con una gran atención por los detalles. Estoy muy satisfecho de esta colaboración y agradezco al equipo de Fiat el haber creído en este proyecto”, ha agregado.

Trussardi comenzó su andadura con artículos de piel y guantes, convirtiéndose con el tiempo en una marca *lifestyle*. Fue la primera marca de moda que llevó desfiles de moda *prêt-à-porter* a las calles y plazas de la ciudad para llegar al gran público, que son las mismas personas que siempre han elegido a Fiat como su solución de movilidad perfecta. El Panda Trussardi ha sido creado como una prenda de vestir, perfecto para todas las ocasiones y cómodo en cualquier situación. Es la opción ideal para los clientes que buscan un coche urbano exclusivo o un compañero de viaje capaz de responder a las necesidades de espacio y movilidad de las familias. En el mercado español está equipado exclusivamente con el motor 1.2 de 51 kW (69 CV), cambio manual y tracción delantera.

***Panda pisa la pasarela y alcanza nuevos targets***

Panda es el modelo elegido para vestir de Trussardi. Se ha elegido la carrocería Cross, diseñada para la aventura todoterreno con un toque de estilo, imprescindible para afrontar rutas fuera de la carretera y desafíos diarios por igual.

El Panda es el Fiat más vendido y en sus casi 40 años de historia ha sabido interpretar los gustos y deseos del gran público, incluso anticipando sus necesidades. El primer Panda 4x4 se lanzó hace más de 35 años. Fue el primer coche urbano con tracción total capaz de ir a cualquier parte. Y estableció uno de los muchos récords del Panda al hacer que las soluciones más inteligentes, que simplifican y mejoran la vida al volante, sean asequibles para todos. Y hoy sigue haciendo lo mismo, interpretando el estilo único de Trussardi. El Panda ofrece las soluciones técnicas, las prestaciones y la exclusividad de un SUV con las dimensiones externas y la agilidad de un coche urbano. Equipado por Trussardi, ahora está listo para pisar la pasarela con confianza, combinando un fantástico *look* todoterreno y toda la accesibilidad típica de un útil 4x2 para escapar de la rutina urbana. En otras palabras, Panda tiene cada vez más objetivos opuestos y, gracias a su personalidad adaptable, está listo para abordar nuevos retos. Desde el todoterreno hasta la máxima conectividad, el líder en su segmento sigue explorando nuevos territorios a través de una edición especial capaz que expresar su carácter multifacético. Como ya lo ha hecho en el pasado, por ejemplo, en el mundo de la conectividad democrática con Panda Waze, la aplicación social para conducir 2.0, y Panda Connected by Wind, equipado con un enrutador Wi-Fi para estar siempre conectado.

A lo largo de su dilatada historia, Panda siempre ha sido conocido por ofrecer soluciones de éxito y de vanguardia. Desde su lanzamiento, el *look* Cross ha contribuido a que el Panda sea cada vez más europeo. Hoy, el 40 % del modelo Panda en el *look* Cross se vende fuera de Italia, con un aumento del 15 % de las ventas en Europa durante el primer semestre de 2019 en comparación con el mismo período de 2018. Panda ha liderado los coches urbanos en Europa, junto con el 500, desde 2003 y en 2019 ha reafirmado su liderazgo con una cuota del 14,8 %. Además de ser un superventas, también ha sido el que más ha crecido, hasta +1,8 puntos porcentuales de cuota en comparación con 2018. Se ha mantenido constantemente en los tres primeros puestos durante cuarenta años. Se han vendido más de 7,5 millones de unidades y todavía sigue creciendo. Datos como estos confirman un hecho bien conocido. Panda realmente tiene todo lo que hay que tener para aterrizar en el mundo de la moda y lucir un atuendo Trussardi.

***La primera carrocería mate en la historia de Panda, adornada con el logo Trussardi***

Los atuendos y accesorios elegidos por los diseñadores del Centro Stile Fiat y Trussardi interpretan las últimas tendencias en la moda actual, pop y básicamente italiana, y reflejan la personalidad del Panda. La carrocería luce un llamativo color Café, disponible tanto mate, por primera vez en la historia de Panda, como metalizado. La gama de colores también incluye el Blanco Gelato, Negro Cinema y Gris Colosseo. Panda es un coche sin precedentes y el Panda Trussardi es su última creación. Por primera vez, el logotipo de un colaborador está presente de manera distintiva para resaltar el vínculo y los valores compartidos por las dos marcas. El símbolo del galgo resulta bien visible en la tercera ventanilla lateral, en el centro de las llantas de aleación y en las molduras laterales.

También hay otros detalles de estilo exclusivos, como las barras de techo, las carcasas de los retrovisores y las llantas de aleación de 38 cm (15") de color negro, además de la placa protectora que caracteriza la carrocería Cross.

En el interior, las letras Trussardi embellecen las alfombrillas exclusivas y los cinturones de seguridad que, por cierto, serán los protagonistas de la campaña para lanzar el nuevo Panda Trussardi. También son nuevas las inserciones en el panel de la puerta y el tejido marrón *melange* de la tapicería de los asientos que reproduce el logo Trussardi. Los laterales de los asientos en piel tecno de color negro están adornados con costuras marrones que recuerdan a un vestido de moda. El salpicadero también tiene un nuevo acabado en color Cafè. El logo Trussardi destaca en el volante, por primera vez en la historia de Panda.

El Panda Trussardi ofrece un estilo único, pero también muchos contenidos tecnológicos. Una de las características más significativas es la radio Uconnect Mobile con soporte para dispositivos móviles. La aplicación “Panda Uconnect” se puede utilizar para interactuar con el sistema de infoentretenimiento de a bordo, que incluye tecnología Bluetooth 2.1, *streaming* de audio, función de reconocimiento de voz y lectura de datos vía USB y MP3. Además, la aplicación Panda Uconnect también incluye el servicio “Find myCar”, para ayudar a los conductores a recordar dónde aparcaron, y “My Car” para verificar los parámetros del coche, como el mantenimiento programado, y consultar el manual de usuario, además de contar con llamadas directas al servicio de Atención al Cliente de Fiat o asistencia en carretera. Finalmente, si está activada, la función “Object Reminder” le recuerda al conductor que no deje cosas en el automóvil después de salir. El Panda Trussardi también incluye el sistema de frenado automático (Autonomous City Brake), como equipamiento opcional, que detecta obstáculos delante del coche y activa automáticamente los frenos por debajo de 30 km/h si el conductor no interviene. El Panda ha sido el primer vehículo en introducir esta característica en su segmento.

**La nueva campaña de comunicación**

El lanzamiento del nuevo Panda Trussardi irá acompañado de una innovadora campaña de marketing que rinde homenaje el estilo exclusivo de la nueva edición especial de Fiat, cambiando las reglas de la comunicación y posicionamiento del coche. La campaña para el Panda Trussardi es más parecida a las campañas de la industria de la moda que a las del sector del automóvil. El Panda Trussardi aparece en el videoclip del nuevo *single* “Torn” de Ava Max, que se lanzó el pasado 27 de agosto en YouTube y tiene como objetivo replicar el éxito de las más de 417 millones de visitas de su *hit* “Sweet but psycho”. El Panda Trussardi se convierte en un objeto de culto en el anuncio tomado del videoclip. En el argumento, la protagonista interpretada por la cantante Ava Max quiere robar el cinturón de seguridad de la marca Trussardi, el elemento más fantástico y emblemático del automóvil, a cualquier precio. Para tener éxito en su intento, usa su zapato Trussardi para romper una ventanilla del coche y luego cortar el cinturón. Fuera del vehículo, el cinturón de seguridad se convierte en un objeto de seducción y un accesorio de moda usado por la cantante al bailar. Los bailarines y los actores usan trajes y accesorios Trussardi en el anuncio, expresando la sinergia entre su ritmo, el coche y la casa de moda de una manera increíble. El nuevo lenguaje habla sobre las características apreciadas y racionales del Panda, pero lo posiciona como un objeto fantástico y emocionante. El nuevo anuncio ha sido producido por Movie Magic y dirigido por Joseph Kahn, quien también ha rodado videoclips para artistas como Lady Gaga, Britney Spears, Taylor Swift, Sting y Shaggy en el pasado. El anuncio está ambientado por la noche en la Piazza del Duomo de Milán. Un halo de misterio acompaña al espectador desde los primeros segundos hasta que la aparición de Ava llama la atención sobre el nuevo Panda Trussardi. La trama alcanza su punto culminante cuando la acción de la protagonista marca el paso brusco de la expectación al entorno dinámico típico de los videoclips musicales. Independiente Ideas es la agencia creativa y Erick Loi es el director creativo ejecutivo de la campaña. La campaña se lanzará en televisión, cine, prensa escrita, radio, medios digitales y vallas publicitarias.

***Soluciones de financiación de FCA Capital España para el nuevo panda Trussardi***

FCA Capital, empresa de FCA Bank (empresa formada por la joint venture de FCA Italy S.p.A. y Crédit Agricole Consumer Finance), da soporte a las ventas de diferentes marcas de prestigio en Italia y Europa, entre las que se incluye la marca Fiat, ofreciendo una amplia gama de soluciones financieras para facilitar a los clientes la compra de vehículos nuevos.

Ahora cualquier persona que desee ponerse al volante del nuevo Panda Trussardi podrá beneficiarse de una ventaja adicional de 1.500 € en combinación con Easy Plan (crédito flexible de FCA Capital que permite al comprador pagar el vehículo fácilmente, con cuotas reducidas y pudiendo escoger cuando acabe el contrato si reemplazar el vehículo mediante la compra de uno nuevo, mantenerlo pagando la última cuota final (o refinanciándola) o devolverlo.

Para la adquisición del nuevo Panda Trussardi también disponemos de las siguientes soluciones:

* Crédito clásico: financiación clásica hasta 96 meses.
* Private Lease, a través de Leasys, la empresa de renting del grupo FCA Bank que es la solución ideal para particulares y profesionales que buscan una alternativa a la compra a través del alquiler a largo plazo a precios competitivos, para una experiencia de conducción sin preocupaciones.

Para completar las opciones financieras disponibles, FCA Capital propone una gama completa de seguros. Se incluyen los servicios de protección de pagos, que garantiza el pago de parte del paquete de financiación en caso de circunstancias imprevistas, como la pérdida de empleo, y los servicios de protección del vehículo, como el seguro a todo riesgo con y sin franquicia o el Gap (que cubre la pérdida total del vehículo)

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

**Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales**

**Tel.: +34 – 91.885.39.83 / 91.885.38.74**

**Email: fca@prensafcagroup.com**

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