500 y Panda, dos iconos de Fiat expuestos en el Triennale Design Museum

* **Hasta el 20 de enero de 2019 se podrá visitar la undécima edición del Triennale Design Museum que retrata el diseño italiano a través de muchas historias y no menos de 180 obras expuestas.**
* **El museo expondrá dos símbolos de la creatividad italiana: el Fiat 500 N (1958) y el Fiat Panda 30 (1980).**
* **Aunque en diferentes épocas, ambos vehículos han representado la combinación perfecta de estilo, innovación y emoción, dando vida a auténticas obras maestras de la historia de la industria.**
* **Los vehículos que se exponen pertenecen a la valiosa colección de FCA Heritage, el departamento que protege y promueve el patrimonio histórico de las marcas italianas del Grupo.**

**Alcalá de Henares, 16 de abril de 2018.-** Se inaugura la decimotercera edición del Triennale Design Museum con el título *Storie. Design italiano* y estará abierta a los visitantes hasta el 20 de enero de 2019. Las estrellas de este nuevo evento serán dos iconos del diseño de automóviles, el Fiat 500 N (1958) y el Fiat Panda 30 (1980). Ambos vehículos pertenecen a la valiosa colección de FCA Heritage, departamento del Grupo responsable de proteger y promover el patrimonio histórico de las marcas italianas de FCA.

Algunos vehículos pasan a la historia por sus innovaciones en el campo de la tecnología o el diseño. Otros merecen ser recordados por lo que significaron para la vida cotidiana de toda una generación o de un país entero. Pocos vehículos logran combinar estas dos características, es decir, técnica avanzada y sentimiento profundo, y dejar así una marca indeleble, para convertirse en una especie de icono de su época. Pero cuando esto ocurre, surgen las obras maestras esenciales de la historia de la industria. Y estos raros triunfos han incluido al Fiat 500 y al Fiat Panda, dos vehículos emblemáticos que se originaron a partir de la creatividad italiana y que pronto se unieron y convirtieron en un elemento permanente en la memoria colectiva del mercado internacional.

El intemporal Fiat 500 ya ha estado antes en las salas de un museo. De hecho, el año pasado un vehículo de la serie F, el 500 más popular de todos los tiempos, se convirtió en parte de la colección permanente del Museo de Arte Moderno (MoMA) de Nueva York. Y hoy es el turno de un espléndido 500 N de 1958. Al cruzar el umbral del Triennale Design Museum, se confirma la importancia de este modelo, que fue responsable de “motorizar” a los italianos, y al mismo tiempo se convirtió en una auténtica obra de diseño, reconocida a nivel mundial. El 500 N se unirá a otro vehículo que es igual de famoso: el Panda 30, otro icono italiano que ha proporcionado una forma inconfundible de experimentar la relación diaria con el automóvil desde los años 80: más inmediata, más relajada y definitivamente más sencilla.

***Fiat 500 N (1958)***

Producido en agosto de 1958 y caracterizado por su color de carrocería azul claro, el Fiat 500 N expuesto en Milán pertenece a la primera serie del modelo e incluye las mejoras presentadas por Fiat en el Salón del Automóvil de Turín en noviembre de 1957, que mejoraron el nivel de acabado del vehículo: faros con marcos de aluminio, viseras parasol, perfiles de aluminio en el capó y molduras en los laterales, tapacubos de aluminio pulido, ventanillas delanteras descendentes, deflectores con gancho para mantenerlos abiertos, asiento trasero único acolchado, palanca de los intermitentes y de las luces en la columna de dirección, y revestimiento de goma para los pedales del freno y del embrague. El vehículo presentado en el evento se equipa con un motor de dos cilindros de 479 cm3 y 15 CV que permite alcanzar una velocidad máxima de 90 km/h.

Resulta fascinante la historia del modelo 500: fue el resultado de una genial intuición del legendario Dante Giacosa y de la ambiciosa estrategia diseñada para desarrollar y renovar la gama implementada por Fiat ya en la Segunda Guerra Mundial. Fiat presentó el Nuevo 500 el verano de 1957 con la esperanza de replicar el éxito del “Topolino”. El coche heredó un tipo de carrocería de dos plazas, actualizado para implementar la tecnología más moderna que la de su predecesor. Carrocería autoportante, motor trasero y cuatro ruedas independientes; el motor era un dos cilindros refrigerado por aire, el primero de este tipo fabricado por Fiat. El precio de lanzamiento fue de 490.000 liras. En unos pocos años, el 500 se afirmó como el nuevo automóvil emblemático de los jóvenes italianos y se vendió rápidamente en todo el mundo, desde los Estados Unidos hasta Nueva Zelanda. Se fabricaron ininterrumpidamente más de cuatro millones de unidades del vehículo, en cinco series, hasta 1975.

Un automóvil de éxito indiscutible, al que le siguió en 2007 el nacimiento de la nueva generación: el 500 actual, al igual que su ilustre antecesor, inmediatamente resultó ser un gran éxito, ya que en solo 10 años ya ha sido adquirido por 2 millones de clientes, además de ganar una impresionante variedad de galardones, incluyendo “Coche del Año” y el “Compasso d'oro”, el premio de diseño mundial más antiguo y prestigioso establecido en 1954 y asignado desde 1958 por la Associazione per il Disegno IndustrialeAsociación para el Diseño Industrial (ADI). El codiciado premio ha sido ganado por ambas generaciones del Fiat 500, más concretamente en 1959 y 2011. Y el año pasado, para celebrar el 60 aniversario del legendario 500, la marca organizó una extensa serie de actividades conmemorativas, entre las cabe destacar el lanzamiento de dos series especiales exclusivas; el evocador “See you in the future”, el primer cortometraje de Fiat protagonizado por el oscarizado Adrien Brody; la galardonada gira europea “The Fiat 500 Forever Young Experience” y un sello y una moneda conmemorativos.

***Panda 30 (1980)***

Igualmente fascinante es la historia del segundo icono de Fiat expuesto en el Triennale Design Museum: el vehículo en cuestión es un Panda 30 producido en 1980. Con su carrocería de color rojo, el vehículo expuesto pertenece a la primera serie de este modelo, de la que se han fabricado un total de más de 7,5 millones de vehículos hasta la fecha.

Todo comenzó a mediados de la década de los 70, cuando surgió la necesidad de diseñar un nuevo vehículo de tracción delantera para acompañar al Fiat 126 y al Fiat 127. Inicialmente conocido como “Cero”, el diseño tomó el nombre de “Diseño 141” y en 1978 se prepararon los primeros prototipos. El nombre elegido fue “Panda”, siguiendo las mismas líneas inauguradas con el Ritmo que, a diferencia del procedimiento estándar adoptado en décadas anteriores, había abandonado el uso del nombre técnico del proyecto, optando por uno nuevo, más imaginativo y pegadizo. En marzo de 1980, después de su preestreno en el Palacio del Quirinal, el nuevo Fiat utilitario debutó en el Salón del Automóvil de Ginebra.

Desarrollado con el objetivo de ofrecer la máxima funcionalidad y explotar al máximo el espacio interior del vehículo, la primera serie del Fiat Panda medía 3,38 metros de largo, tenía una carrocería de 3 puertas con un asiento trasero abatible y plegable, y podía transportar cómodamente 5 pasajeros. Con estas dimensiones y las soluciones estilísticas propuestas por el diseñador Giorgetto Giugiaro, el nuevo vehículo Fiat demostró ser extremadamente práctico, versátil y polivalente. El diseño presentaba una tracción y un motor delanteros, la suspensión era independiente en las ruedas delanteras y de eje rígido en las ruedas traseras. Dependiendo de los mercados, el cliente podía elegir entre un motor de dos cilindros refrigerado por aire de 650 cm3 y 30 CV o un motor de cuatro cilindros refrigerado por agua de 903 cm3 y 45 CV. Estas dos variantes fueron el motivo de los nombres asignados a las diferentes versiones: Fiat Panda 30 y Fiat Panda 45. El consumo era interesante: a 90 km/h, el Panda 30 recorría 19 km con 1 litro y el Panda 45 más de 17 km. Las velocidades máximas eran respectivamente de más de 115 km/h y unos 140 km/h.

Desde 1980 hasta ahora, se han sucedido cuatro generaciones de este pequeño gran automóvil de Fiat, continuando así el largo camino de éxitos comerciales y de logros tecnológicos del vehículo en el segmento. Por ejemplo, además de ser el primer coche urbano con tracción total (1984), el Panda también fue el primer automóvil en implementar un motor Diésel (1986); el primero en su segmento en recibir el codiciado título de “Coche del Año” (2004) y, ese mismo año, también fue el primer coche urbano que ascendió a una altura de 5200 metros, al campamento base del Everest. Y la larga serie de récords continuó en 2006 cuando el Fiat Panda se convirtió en el primer coche urbano impulsado por gas natural que se producía a gran escala. Pero el Fiat Panda nunca se detiene. Es el único vehículo en su segmento que ofrece cuatro motorizaciones (gasolina, Diésel, gasolina/gas natural y gasolina/GLP), tres configuraciones (City, Cross y 4x4), dos tracciones (delantera y total) y dos cambios (manual y robotizado Dualogic).

***Triennale Design Museum, Stories. Italian design***

El Triennale Design Museum, el primer museo de diseño italiano, se inauguró en el Trienal en diciembre de 2007. Un museo “mutante” que, cada año durante 10 años, ha cambiado su orden y diseño, cada vez con el objetivo de ofrecer diferentes respuestas a la misma pregunta básica: ¿qué es el diseño italiano?

La undécima edición del Triennale Design Museum cuenta la historia del diseño italiano a través de una amplia gama de historias, que se combinan para definir su naturaleza compleja. En particular, el recorrido del Museo se desarrolla en dos direcciones: por un lado, presenta el curso de la historia visto desde una perspectiva diacrónica y, por otro, desarrolla cinco estudios temáticos que permiten a los visitantes interpretar el diseño desde la perspectiva de otras disciplinas.

El Museo exhibe una selección de 180 obras, la mayoría de la Colección Permanente del Triennale Design Museum, realizadas entre 1902 y 1998, identificadas como los ejemplos más representativos del diseño italiano por sus contribuciones en términos de innovación técnica y formal, de estética, experimentación, distinción y éxito del público. Se nos introduce así en el problema de cuáles deben ser las piezas imprescindibles que deben exponerse en un museo del diseño, definiendo lo que puede considerarse un “icono” y determinando si este término es realmente efectivo cuando se aplica al contexto del diseño.

**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**