La nueva campaña publicitaria del nuevo 500X: un viaje en el tiempo para descubrir que el futuro ya está aquí

* **“New 500X - A Taste of Tomorrow. Today” es el título de la nueva campaña de comunicación dedicada al crossover italiano de Fiat que se inspira en la película “Regreso al futuro”\*.**
* **Emitido primero en las redes sociales de Fiat, con más de 32 millones de visualizaciones en tan sólo 11 días y siendo el mejor resultado jamás conseguido por FCA, el irresistible cortometraje muestra a una joven pareja catapultada desde los años sesenta hasta el presente, al volante del nuevo Fiat 500X.**
* **Una manera original y entretenida de contar las innovaciones tecnológicas del nuevo 500X: desde su imagen renovada hasta la nueva familia de motores FireFly Turbo 1.0 y FireFly Turbo 1.3, y desde los avanzados sistemas de ayuda a la conducción hasta la conectividad de última generación.**
* **En el cortometraje aparece el famoso actor americano Christopher Lloyd, que interpreta el papel de un guardia de tráfico muy especial.**
* **La producción es totalmente italiana y el cortometraje se rodó en localizaciones de Turín y Milán.**

**Alcalá de Henares, 7 de septiembre de 2018.-** Para el lanzamiento del nuevo 500X, Fiat ha rodado un precioso cortometraje de dos minutos y medio, que se inspira en la película de culto “Regreso al futuro”\*, que consolida el duradero vínculo entre la marca Fiat y el mundo del cine, después del vídeo homenaje “See you in the future” emitido el año pasado para celebrar el 60 aniversario del Fiat 500 y protagonizado por el oscarizado Adrien Brody.

Ahora es el turno del nuevo vídeo dedicado al nuevo Fiat 500X, el crossover italiano que combina un estilo y diseño atemporal con una tecnología innovadora capaz de satisfacer las más recientes necesidades de movilidad. Una especie de “máquina del tiempo” que incorpora tanto la emblemática identidad del 500 como la especial capacidad de la marca Fiat para hacer que las soluciones más inteligentes, que simplifican y mejoran la vida al volante, sean asequibles para todos. Este es el concepto de la nueva y fascinante campaña de comunicación titulada “New 500X: A Taste of Tomorrow. Today”.

La innovadora estrategia de publicidad comenzó con la emisión del cortometraje de dos minutos y medio en las redes sociales de Fiat en la región EMEA, antes del comienzo de la campaña publicitaria actualmente en el aire en varios países europeos.

“Después del gran éxito del **vídeo homenaje “See you in the future”**, hemos decidido que una película era la mejor manera de presentar también las nuevas características del nuevo 500X”, ha explicado Olivier François, director de la marca Fiat y director de marketing de FCA. El resultado ha sido “Fiat 500X - A taste of tomorrow. Today”, un cortometraje inspirado en la película de mediados de los ochenta “Regreso al futuro”, que narra una historia fascinante y original que rinde homenaje a una gran tradición de cine y que también se puede ajustar perfectamente a las necesidades de cada mercado de la región EMEA. La estrategia de publicidad efectiva, flexible y global se emitió por las redes sociales de Fiat para deleite de los clientes más interesados en los nuevos medios, donde hasta el momento ha registrado más de 32 millones de visualizaciones, el mejor resultado jamás alcanzado por FCA, y ahora está lista para ser emitida por los canales de televisión de toda Europa.

Realizado por la agencia creativa Leo Burnett y dirigido por Ago Panini para Movie Magic Production Company, el cortometraje se desarrolla en una ciudad italiana de los años sesenta, donde una joven pareja circula en un Fiat 600 serie D por las calles bordeadas de tiendas, transeúntes y coches de la época. Estamos viendo los orígenes del diseño italiano y la excelencia en la fabricación que pronto conquistará el mundo. De repente, un rayo impacta en el automóvil y lo proyecta hacia el futuro, que es nuestro presente, transformándolo en el nuevo 500X.

El salto en el tiempo sorprende a la joven pareja que pronto se acostumbrará al “sabor del mañana”. A través de algunas situaciones emocionantes, la joven pareja descubre los sistemas de ayuda a la conducción que hacen que cualquier viaje en el nuevo 500X sea una experiencia única, cómoda, segura y divertida. Una experiencia reforzada por la nueva familia de pequeños motores turbo gasolina que ofrecen prestaciones brillantes y una conducción excepcional. La pareja de jóvenes también se siente fascinada por el sistema Uconnect 7" HD LIVE que proporciona conectividad y navegador por satélite: realmente otro mundo. Todo en un crossover con un estilo completamente renovado que aún conserva su carácter distintivo y emblemático, con los nuevos faros Full Led para una mayor visibilidad y seguridad.

El corto termina con la joven pareja volviendo a su propia época, todavía a bordo del nuevo 500X. Al final de su extraordinario viaje aparece el actor americano Christopher Lloyd en el papel de un original guardia de tráfico.

*\*“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.*

**Créditos**

* Agencia: Leo Burnett
* Director: Ago Panini
* Compañía de producción: Movie Magic

**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**