

500NatureChallenge : avec sa nouvelle campagne d'engagement social, Fiat appelle à des témoignages sur le nouvel équilibre homme-nature

- Le 22 avril dernier, Jour de la Terre, Fiat a lancé sa nouvelle campagne d'engagement social, #500NatureChallenge.
- Les utilisateurs témoignent de la nouvelle relation entre l'homme et l'environnement dans nos villes, où la nature joue un rôle de plus en plus important.
- La nouvelle Fiat 500 électrique, la voiture qui incarne le mieux cette nouvelle relation entre l'homme et l'environnement, est le « partenaire » de la campagne sur les réseaux sociaux #500NatureChallenge.
- Cette campagne a pour but de rassembler les photos et vidéos qui témoignent de la nouvelle harmonie entre la ville et la nature pendant le confinement.
- L'initiative vise à engager les fans de Fiat dans le monde entier pour envoyer un message positif et optimiste, conformément à la philosophie de la Nouvelle Fiat 500.

La nouvelle relation entre l'homme et la nature

Nous témoignons tous du nouvel équilibre entre l'homme et la nature qui se rétablit dans les grandes villes. Ces jours-ci, la baisse de la circulation et du nombre de passants ont dans une certaine mesure entraîné le « retour » de la nature, qui réinvestit son propre espace. Ce phénomène extraordinaire soulève une question fondamentale : est-ce la nouvelle façon d'interagir entre l'homme et la planète ? Le respect et la préservation de l'environnement ne constituent-ils pas une nouvelle frontière ?

#500NatureChallenge

La nouvelle Fiat 500 électrique est l'ambassadrice du projet que Fiat a lancé à l'occasion du Jour de la Terre, pour témoigner de la nouvelle relation entre l'homme et l'environnement.

Choisir à cet effet la première voiture entièrement électrique de FCA était une évidence : un véhicule zéro émission, conçu pour aider à créer un avenir meilleur, mais toujours fidèle à son histoire et à tout ce qui en a fait une icône mondiale.

L'initiative #500NatureChallenge, destinée à la communauté mondiale des fans de la 500, a été lancée sur les différents médias sociaux officiels de la marque Fiat, appelant à partager une photo ou une vidéo témoignant de la nouvelle relation entre la ville et la nature. Cette communauté est devenue l'ambassadrice de la nouvelle relation entre l'homme et la nature.

Un album regroupera les meilleures photos et sera publié sur Instagram, à la manière d'une exposition en ligne. Cela renforcera le message d'éco-durabilité, d'optimisme et de positivité lancé par la marque.

Le hashtag du projet est #500naturechallenge.

Turin, 22 avril 2020