

« One-shot » : le premier docu-film de Fiat qui explore les coulisses et explique la genèse des « one-offs » de la nouvelle Fiat 500

- « One-shot » : le premier docu-film de Fiat offrant un regard sur les coulisses de la création et la présentation des trois « one-offs », interprétations exclusives de la nouvelle Fiat 500 imaginées par Armani, Bvlgari et Kartell, est désormais en ligne.
- Ce film est narré par Olivier François, Président de la marque Fiat au niveau mondial et Chief Marketing Officer de FCA, qui emmène les spectateurs à travers des interviews avec les designers, des récits des partenaires impliqués et explique la philosophie qui a présidé au choix des détails et des matériaux.
- « One-shot » peut être visualisé via ce [lien](#)

« Vous n'avez jamais une deuxième chance de faire une première bonne impression. » C'est en ces termes qu'Olivier François – Président de la Marque Fiat au niveau mondial et Chief Marketing Officer de FCA - explique comment le lancement de la Nouvelle 500 peut être considéré comme une étape importante dans l'industrie automobile, plaçant ce modèle à sa juste place.

Ces mêmes mots ouvrent le premier docu-film de Fiat, dédié aux chefs-d'œuvre que sont les trois bijoux intemporels créés dans le cadre d'un projet exaltant de six mois avec des partenaires issus du monde de la mode italienne, depuis les premières rencontres au Centro Stile de Fiat à Turin jusqu'à la présentation à Milan en mars dernier.

C'est aussi l'illustration de la stratégie que sous-tend le projet «One-Shot» et ses modèles exclusifs produits en collaboration avec ces trois sociétés emblématiques du «Made in Italy» que sont Armani, Bvlgari et Kartell.

Le court-métrage présente une succession passionnante de rencontres qui mettent en exergue le travail d'équipe, l'affinité entre des designers de différentes disciplines et les émotions nées du rôle actif de chacun pour donner vie à un projet extraordinaire : la création d'objets uniques, pour une interprétation innovante de la Nouvelle 500 dans le respect authentique du «Made in Italy».

Les trois One-Offs constituent les incarnations du style, de la créativité et de l'artisanat caractéristiques du «Made in Italy» et des partenaires associés au projet conçu dans une perspective de protection de la planète. Le respect de l'environnement se conjugue ici à l'excellence du savoir-faire, de la créativité et de l'innovation.

En guidant le spectateur dans ce projet unique, Olivier François - charismatique «pilote» du projet One-Off - raconte l'acte créatif dont sont issus ces trois modèles.

L'aventure de ce projet a débuté à Turin, berceau de la marque Fiat, en passant par l'univers mythique de la ville de Rome, aux couchers de soleil flamboyants, aux couleurs et aux lignes architecturales qui caractérisent bien Bvlgari aux yeux du monde entier, pour arriver à Milan, capitale mondiale de la mode et du design que l'on doit en grande partie à Armani et Kartell. Le point culminant de cette narration a lieu justement à Milan qui sert aussi de cadre à la présentation de la Nouvelle 500.

Un moment inattendu se produit dans le film, lorsque le Salon International de l'Automobile de Genève est annulé et qu'un Plan B doit alors être imaginé. La présentation de la nouvelle Fiat 500 et de ses trois « one-offs » fut dès lors complètement repensée, pour être transposée à Milan.

« One-Shot » peut être visionné sur les réseaux sociaux de Fiat, sur YouTube, Facebook et Instagram. Le court-métrage original de 15 minutes a été réalisé par Rockets Film pour la maison de production VICE, utilisant le langage efficace et direct des documentaires pour révéler des aspects en général inconnus du grand public.

Dans une mise en scène authentique et réaliste, le docu-film entrouvre les portes du Centro Stile de Fiat à Turin. De quoi offrir une visite exclusive au sein du département « Color & Trim » dirigé par Rossella Guasco, à mi-chemin entre un centre de recherche sophistiqué et un élégant atelier de mode. Les images mettent en exergue une attention presque obsessionnelle pour chaque détail, illustrant de la sorte le « savoir-faire » typique associé à la créativité italienne, et s'attardent ensuite sur les émotions de toute l'équipe lorsque celle-ci prend conscience de vivre quelque chose de vraiment unique. Le voyage continue avec une interview de Klaus Busse, Directeur du Design de FCA en région EMEA, expliquant l'envers du décor de tout le processus créatif qui préside à la conception du style d'une voiture, tout en relevant une nouvelle fois le rôle de la 500 dans l'histoire du design industriel, notamment dans l'imaginaire collectif. C'est ce même Centro Stile de Fiat qui avait déjà revisité une légende des années 50, la légendaire « Cinquecento », qu'il a réinventée en 2007 pour transformer la vie quotidienne des automobilistes et redonner des couleurs aux rues du monde entier, contribuant à faire de ce modèle une réponse authentique, unique et totalement pertinente pour la mobilité urbaine internationale. Lors du reveal à Milan des One-Offs en mars dernier, il a même été annoncé que la Fiat 500 se voyait confirmée en tant qu'« icône italienne et membre d'honneur » d'Altagamma, la prestigieuse association qui rassemble le meilleur des entreprises italiennes, pour promouvoir l'incarnation de l'excellence du pays à travers le monde.

Aujourd'hui, en 2020, une nouvelle ère arrive, et il est temps que la Fiat 500 utilise toute sa popularité pour inspirer le changement et contribue à l'évolution du monde. Mais la voie du changement ne peut être prise seule. Elle doit s'accompagner de partenaires également enthousiastes aux perspectives positives, et qui souhaitent s'impliquer dans des changements durables, en partageant des valeurs et des objectifs communs. Voici la philosophie qui a présidé au développement des trois One-Offs, des témoignages à la hauteur des enjeux de durabilité si présents actuellement dans les esprits de chaque individu. Des sociétés telles qu'Armani, Bvlgari et Kartell, symboles de l'excellence italienne dans le monde, ont pris part à ce projet autour de la nouvelle 500, pour donner vie à cette révolution, en créant trois modèles uniques destinés à célébrer l'arrivée de la première voiture de FCA 100% électrique.

Trappes, le 28 mai 2020