

## **Rankin et le magazine Hunger présentent « Abarth : un éclairage différent »**



Rankin et le magazine Hunger sont fiers de vous présenter leur collaboration éditoriale numérique avec la marque automobile italienne Abarth. Afin de promouvoir le lancement de la célèbre Abarth 124 spider, Hunger a créé un film, des photographies et une campagne documentaire pour un divertissement « pied au plancher ».

Après un spot teasing de 60 secondes dirigé par Rankin et dévoilé au salon de l'automobile de Paris le jeudi 29 septembre, chaque élément de la campagne sera révélé exclusivement sur HungerTV.com, à compter du jeudi 6 octobre et ce jusqu'à Noël. Ce projet à 360 degrés se compose d'un film en ligne, de trois séances photos et d'une série de mini documentaires mettant en scène une personnalité célèbre et intitulée Le Détour.

Rankin : « Abarth a contacté Hunger pour faire quelque chose de légèrement plus insolite que ses campagnes habituelles. Bien que travaillant dans des mondes différents, les deux marques s'accordent à la perfection et parlent au même public, moderne, sympathique et ambitieux.

Grâce à notre studio en interne, nos réalisateurs, nos photographes et nos journalistes, nous avons pu créer un projet pluridimensionnel en un seul et même endroit. La marque nous a laissé une liberté totale pour donner vie à ses voitures de



manière ludique et non conventionnelle, en prenant le volant et en explorant leurs limites.

Paolo Gagliardo, responsable des opérations chez Abarth, a illustré en ces termes les raisons de ce partenariat novateur : « Il y a là une opportunité de montrer le monde Abarth sous un angle entièrement nouveau, se rapprochant de l'idée d'une vie axée sur le spectacle, totalement unique avec un brin d'audace. Notre objectif est également de présenter au monde la marque au scorpion sans avoir recours aux médias traditionnels. Il s'agit là d'un grand pas en avant vers la publicité du futur, avec un véritable écho international. Tout ceci dans le monde numérique actuel, avec de nouvelles vidéos et de nouveaux supports s'intégrant parfaitement dans notre stratégie de communication. Nous livrerons les premières voitures au Royaume-Uni, puis la 124 spider sera finalement envoyée aux concessionnaires de toute l'Europe. »

Le film, tout comme les images qui l'accompagnent, ont été tourné par Rankin à l'ExCel Center de Londres, avec une cinématographie de Tony C. Miller. Plus apparenté à un film sur la mode et le luxe qu'à la traditionnelle publicité automobile, le film raconte une histoire d'amour débridée à plein régime entre deux amants faisant chauffer la gomme et danser leurs voitures, sur la mesure d'un morceau de musique moderne et enlevée.

La deuxième phase de cette collaboration comprend deux séances photos incroyables de nature morte, avec l'Abarth 124 spider et l'Abarth 595. Dans une atmosphère sombre et changeante, les voitures émergent de l'obscurité, célébrant leur puissance, leur passion et leurs lignes sportives et élancées.

La dernière phase consiste en une série de mini documentaires intitulée Le Détour, mettant en scène une personnalité dont le nom sera bientôt dévoilé.

Avec tout ce que Hunger et Abarth vous promettent, attachez vos ceintures et crampez-vous : le voyage ne fait que commencer.



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

Qui plus est, vous pouvez découvrir un nouveau degré de performance dans un autre projet novateur présenté au salon de l'automobile de Paris. « L'Abarth 124 spider dévoilée » est un projet numérique fascinant pour le nouveau roadster. Un contenu technique et des émotions sont interconnectés dans une boucle narrative conçue pour entraîner les utilisateurs dans une expérience dynamique. Tout commence avec un film au style inimitable : le photographe britannique Rankin dresse le portrait du bruit et de la performance de l'Abarth 124 spider sous un éclairage différent, à un rythme absolument irrésistible.



Vous pouvez accéder à la plateforme « Abarth 124 spider dévoilée » depuis la page Modèle du portail Abarth et depuis les posts dédiés sur les réseaux sociaux de la marque.

Les utilisateurs pourront choisir le contenu qui les inspire et découvrir les nouveaux détails et possibilités de cette voiture unique. Pour finir, une configuration adaptée rend l'expérience accessible à tout moment, depuis tout type d'appareil. Parce que vous ne pouvez pas prévoir par avance quand vous serez happé par l'appel de la vitesse, il vous suffit de vous laisser porter.