

## Fiat 500, 60 ans d'histoire : Forever young



- Avec près de six millions de véhicules vendus depuis 1957, la Fiat 500 donne le coup d'envoi des célébrations pour les 60 années de succès
- Toutes les activités liées à cet anniversaire arboreront le nouveau logo « Forever young »
- Un voyage multimédia à la découverte de la légende Fiat 500 qui sera aussi de la partie sur [www.500foreveryoung.fiatpress.com](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com)
- Le premier hommage : la série spéciale Fiat 500 60<sup>e</sup> anniversaire, dévoilée au Salon de l'Automobile de Genève et disponible à la commande à partir du 9 mars.



# FCA

FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

PRESS RELEASE



La marque Fiat a choisi le Salon de l'Automobile de Genève pour lancer les festivités du 60<sup>e</sup> anniversaire de la Fiat 500, l'icône qui reste fidèle à elle-même tout en étant dans l'air du temps.

L'anniversaire de la Fiat 500, présentée pour la première fois à Turin le 4 juillet 1957, est accompagné d'un plan de communication décliné sur internet, la radio et la télévision, ainsi que d'une série d'initiatives dont un tour des plus belles places d'Europe où seront présents les fans et collectionneurs des modèles passés et présents de la Fiat 500. Sous le slogan « Forever young », le projet met à l'honneur le statut intemporel de l'icône, en avance sur les modes et tendances, et se développe à travers les thématiques suivantes : le design, la « 500-mania », l'art, le pop art et de publicité. Le programme explore dès aujourd'hui jusqu'au 4 juillet l'histoire de la voiture à travers le temps.

Alors, tous en voiture pour un voyage passionnant où se mêleront pièces de collection et histoire, art et art de vivre : depuis 1957 jusqu'à aujourd'hui, la Fiat 500 a influencé la mode, la société et les comportements, jusqu'à en devenir une véritable lanceuse de tendance.





FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

PRESS RELEASE



## La campagne publicitaire « Forever young, since 1957 »

La Fiat 500 est bien plus qu'une simple voiture : en 60 ans, elle est devenue une authentique icône pop, un symbole du style à l'italienne indémodable, qui au fil des années a conquis les incondtionnels du beau et de l'original.

Apporter de la couleur au quotidien sur les routes du monde entier est la mission que la 500 continue de remplir chaque jour depuis 1957 : l'icône Fiat est un véritable chef-d'œuvre qui agrmente l'environnement dans lequel elle évolue.

Voilà l'idée de départ de la campagne promotionnelle, conçue par l'agence Leo Burnett. La campagne sera diffusée sur divers médias, dans différentes langues, et combinera de façon unique personnalité contemporaine et inspiration vintage des sixties. Un logo créé spécialement pour l'occasion sera apposé pendant toute l'année de festivités à toutes les activités de communication sur tous les canaux et pour tous les produits de la famille 500. Le lettrage distinctif « 500 » contient les mots « Forever Young », soulignant la personnalité et les valeurs de l'icône Fiat. Bien loin d'être démodée, la 500 est toujours d'actualité tout en restant fidèle à elle-même, ce qui en fait un symbole et une légende à quatre roues authentique. En guise de touche finale, le message « Since 1957 » réaffirme avec fierté l'année de naissance de la voiture, qui fête son 60<sup>e</sup> anniversaire et garde toute l'originalité que ses nombreux fans attendent.

## La web-série qui raconte l'histoire du mythe

Le site [www.500foreveryoung.fiatpress.com](http://www.500foreveryoung.fiatpress.com) publie aujourd'hui le premier épisode d'un voyage à la découverte de l'icône Fiat à travers cinq destinations, dans un musée virtuel interactif. Une nouvelle « salle » virtuelle sera ouverte chaque début de mois et mettra en avant une époque différente de la vie de la 500. Les visiteurs auront accès à du contenu multimédia au travers des objets reflétant les évolutions de la société au fil du temps. Il s'agira par exemple d'un poste de radio jouant la musique de l'époque ou d'une télévision diffusant des programmes, y compris des publicités, de la période. Il sera possible d'admirer des clichés d'événements marquants de



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

PRESS RELEASE



l'époque dans un album photo et de consulter toute une série de documents en cliquant sur une machine à écrire.

L'archive multimédia peut être téléchargée via la fonction de téléchargement du dossier de presse. Le premier épisode de la web-série se déroule pendant la période 1957-1968 et commence dans les bureaux de Dante Giacosa à Turin, où la voiture a été conçue : ce démarrage passionnant plante le décor d'une saga palpitante. C'est un lien entre une marque, une ville, des hommes et des femmes et le monde entier.

C'est là où l'histoire de la Fiat 500 prend sa source. À partir des designs originaux, de l'idée embryonnaire, les visiteurs peuvent découvrir la formule magique qui a été à l'origine de ce chef-d'œuvre du design italien, qui pendant 60 années a réussi à se réinventer tout en préservant ses valeurs.

Souris en main, les visiteurs peuvent naviguer sur le site et avoir accès aux dessins techniques de la voiture, à plusieurs magazines posés sur le bureau, dont le premier numéro d'Illustrato Fiat (magazine de communication interne), à diverses histoires et anecdotes renfermées dans l'armoire du créateur, ainsi qu'à un modèle réduit de la Fiat 500 et des cartes postales à l'effigie de la voiture aux quatre coins du monde.

Le bureau est finalement décoré de photographies encadrées de Giovanni Agnelli et de Vittorio Valletta à Mirafiori. En cliquant sur le mot-clé « Fiat 500 », les visiteurs pourront télécharger un document spécial consacré à ce chef-d'œuvre du design italien. Sans surprise, les divers objets présents dans cette pièce virtuelle sont aussi de remarquables exemples de la créativité italienne de l'époque : la machine à écrire Lettera 22 de Nizzoli, la télévision Algol 11 de Zanuso et la lampe Arco Floss de Castiglioni.

### **Série spéciale Fiat 500 pour marquer le 60<sup>e</sup> anniversaire**

Soixante ans et pas une ride : le premier hommage est la Fiat 500 créée pour marquer le 60<sup>e</sup> anniversaire de la voiture. La présentation de cette série spéciale lors du Salon de Genève a marqué le coup d'envoi des festivités et a confirmé la personnalité multifacette de l'icône Fiat.



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

PRESS RELEASE



Restant toujours fidèle à elle-même, la Fiat 500 a revêtu au fil des ans des allures différentes, mais toujours exclusives. Voilà un des secrets de sa jeunesse éternelle. Son design s'est toujours montré sans équivoque et il constitue une source d'inspiration pour les artistes et créateurs de mode qui lui ont offert des interprétations élégantes, uniques et sportives.

Par exemple, nul ne peut oublier les détails raffinés de la « 500C by Gucci » en 2011, qui était agrémentée d'une capote coulissante décorée du motif vert-rouge-vert caractéristique de la maison de couture et de sièges bicolores en cuir Frau arborant le mot « Guccissima ». Tout comme la « 500 by Diesel » en 2008, qui est parvenue à combiner le monde de l'automobile à celui de la mode dans un produit débordant de créativité, d'innovation et de détails stylistiques éblouissants, un effet déjà provoqué par la 500 Pink et sa couleur caractéristique. L'accent a glissé du rose au bleu pastel avec la 500 Vintage '57 en 2015 : un hommage au passé grâce à son look rétro rehaussé de sièges en cuir.

Plus récemment, la marque a connu un beau succès avec la 500 Riva, « le plus petit yacht au monde », symbole de la grande beauté de l'Italie avec son tableau de bord en acajou et ses incrustations en érable, le type de bois utilisé pour la construction des yachts Riva. Bref, toutes les variations de la 500 ont surpris et émerveillé grâce à la personnalité unique de la voiture qui rayonne au travers de chacune de ses interprétations.

Rien de mieux pour célébrer cet événement qu'une série spéciale pour marquer le coup, une pièce de collection à la portée de toutes les bourses, en accord avec la qualité propre au modèle de combiner des valeurs traditionnellement opposées. Le design de série spécialement conçu pour le 60<sup>e</sup> anniversaire de la Fiat 500 est véritablement unique en son genre, avec la reprise contemporaine d'éléments stylistiques classiques, comme le tableau de bord en vinyle, l'insigne vintage sur le devant de la voiture, entre les moustaches et le garnissage en chrome du capot.



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

PRESS RELEASE

Disponible à la commande à partir du 9 mars, la série est limitée à 560 exemplaires en France, chaque exemplaire possédant son propre certificat d'authenticité, et sera distribuée dans les principaux marchés de la région EMEA. Pour les prix et plus de détails, rendez-vous sur le [site de presse local](#). Le public européen pourra admirer la nouvelle série spéciale de plus près et découvrir l'histoire de la 500 grâce au « Forever Young Tour », qui fera escale dans de nombreuses villes partout en Europe, où se donneront rendez-vous les fans d'hier et d'aujourd'hui de Fiat.

La 500 est plus qu'une simple série spéciale : la voiture peut se targuer de nombreux partenariats originaux et du soutien extraordinaire de célébrités, comme Jennifer Lopez au volant de la « 500C by Gucci », Pharrell Williams et son tube entraînant « Happy » dans une vidéo dédiée à l'iconique Fiat, le réalisateur oscarisé Paolo Sorrentino pour la « 500 Cult » et Ben Stiller pour la 500 Corallo Red.

