PRESS RELEASE

FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

Fiat offre une expérience embarquée Apple® avec Apple Music® et Apple CarPlay® sur toute la gamme 500 « 120th »

• Pour célébrer son 120ème anniversaire, les clients Fiat de certains pays européens (dont la France) qui achètent un modèle de la famille 500 « 120th » bénéficieront de 6 mois d'Apple Music pour surfer sur plus de 50 millions de titres

• La nouvelle gamme « 120th » offre de série Apple CarPlay pour iPhone® , permettant aux clients de passer des appels, d'envoyer et de recevoir des messages, de diffuser de la musique en streaming sur Apple Music, de lire des livres audio et des podcasts, d'obtenir des itinéraires optimisés en fonction des conditions de circulation et plus encore

• Une liste de lecture exclusive de Fiat, «120 Years of Songs» uniquement sur Apple Music, célébrera le 120ème anniversaire de Fiat avec 120 chansons célèbres de divers artistes et genres musicaux

• Sting & Shaggy et leur chanson Just One Lifetime - tiré de leur album 44/876 récompensé par un Grammy Award -, apparaissent dans la campagne de publicité de la nouvelle famille 500 « 120th »

PRESS RELEASE

À l'occasion de son 120ème anniversaire, les clients Fiat (dans certains pays européens dont la France) qui ont acheté un modèle de la famille 500 « 120th* » recevront en cadeau un abonnement gratuit à Apple Music. La nouvelle famille 500 « 120th », la famille 500 la plus élégante et connectée à ce jour, présentée au Salon international de l'automobile de Genève, ouvre un nouveau chapitre en matière de connectivité qui, selon Fiat, doit toujours être simple, démocratique, sûre et conviviale.

Fiat vise non seulement à offrir à ses clients un choix incroyable pour écouter plus de 50 millions de chansons sans publicité avec Apple Music, mais également une expérience améliorée dans la voiture grâce à Apple CarPlay, un moyen plus sûr et plus intelligent d'utiliser un iPhone® en voiture.

Au cours des dernières années, alors que les appareils ultra-connectés continuaient à s'implanter et à se développer, le «cœur» de la voiture s'est déplacé de sous le capot à l'intérieur de la poche de la veste du conducteur. C'est pourquoi Fiat a choisi le co-pilote ultime, en l'occurrence Apple CarPlay, pour aider ses clients à utiliser tout ce qu'ils veulent faire avec leur iPhone au volant et à les afficher sur l'affichage intégré de Fiat.

Avec Apple CarPlay, les clients Fiat peuvent utiliser la commande vocale Siri® pour passer des appels, envoyer et recevoir des messages, lire des livres audio et des podcasts, obtenir des itinéraires optimisés en fonction des conditions de circulation, etc. Les clients Fiat pourront également écouter le catalogue Apple Music de plus de 50 millions de titres et écouter avec le système premium BeatsAudio **, offrant ainsi aux conducteurs un choix de titres sans fin.

Une playlist exclusive Fiat sur Apple Music intitulée "120 Years of Songs" sera proposée pour célébrer le 120ème anniversaire de Fiat. Annoncée au Salon de l'automobile de Genève, elle sera mise à jour régulièrement pour atteindre un total de 120 chansons d'ici juillet, juste à temps pour l'anniversaire officiel de Fiat. Les 120 chansons couvriront plusieurs pays et incluront certaines des bandes sonores des campagnes publicitaires les plus réussies de Fiat, telles que Freedom de Pharrell

PRESS RELEASE

Williams, Just One Lifetime de Sting & Shaggy, On An Evening In Roma de Michael Bublé et Dynamite de Nicky Blitz. Vous pouvez écouter le début de la playlist à ce lien.

Enfin, pour le lancement de la nouvelle famille 500 « 120th », Fiat a créé un projet de communication multicanal intégré mettant en vedette Sting et Shaggy et leur nouveau single, Just One Lifetime, tiré de leur album 44/876, qui a reçu le GRAMMY. La nouvelle campagne (https://youtu.be/B2cuAxm8dug) s'articule autour d'une publicité (dès le 5 mars sur les écrans en France) présentant les équipements exclusifs et l'aspect cool de la famille 500 et, dans le spot mettant en scène la 500X « 120th », nous voyons le duo emblématique, Sting et Shaggy, rebondir entre rêve et réalité au rythme de Just One Lifetime.

La publicité commence avec une jeune femme qui part dans sa voiture en soirée pendant que la chanson de Sting et Shaggy est diffusée à la radio. Elle prend une amie sur le chemin. Les deux filles ignorent totalement qu'elles sont sur le point de vivre une expérience inoubliable dans un équilibre entre réalité et rêves lorsque Sting et Shaggy apparaissent à l'arrière et chantent. Ils arrivent bientôt à destination et les deux lauréats du Grammy Award réapparaissent, cette fois à leurs côtés sur scène.

Le packshot de fin « FIAT animé de rêves depuis 1899 », réaffirme le fait que Fiat aide les clients depuis 120 ans à satisfaire leurs désirs de mobilité, transformant ainsi tout voyage, même le plus court, en un rêve.

Réalisée par l'agence de création Leo Burnett avec la planification média de Starcom, la publicité a été tournée à Barcelone et réalisée par Joseph Kahn, qui a déjà travaillé avec Jennifer Lopez, U2, Lady Gaga et Taylor Swift et a réalisé la vidéo de Just One Lifetime, dont Fiat est le sponsor média. En soutien à leur album, Sting & Shaggy, tous deux gérés par The Cherrytree Music Company, donneront une série de concerts au Royaume-Uni du 19 au 25 mai. Pour plus d'informations, rendez-vous sur : www.sting.com.

PRESS RELEASE

* Les nouveaux abonnés Apple Music recevront un abonnement de six mois gratuits. Les acheteurs déjà abonnés à Apple Music recevront trois mois gratuits. Les termes et conditions sont disponibles sur le site www.fiat.fr

** Beats-Audio est disponible en option