



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

PRESS RELEASE



Clio Key Art Awards : Fiat et Paramount Pictures décrochent l'or pour la campagne publicitaire de la Fiat 500X « Zoolander 2 »

- La campagne remporte l'unique médaille d'or dans la catégorie « Partenariat avec le monde du spectacle »
- Elle met en scène la star internationale Derek Zoolander dans la dernière campagne publicitaire pour le lancement du tout nouveau crossover Fiat 500X

Les Clio Key Art Awards ont décerné l'or à la marque Fiat et à Paramount Pictures pour la [campagne publicitaire « Zoolander 2 », un co-branding mettant en scène la Fiat 500X et Derek Zoolander](#). La campagne Fiat - Paramount Pictures est l'unique campagne à avoir remporté l'or dans la catégorie « Partenariats avec le monde du spectacle ».

Cette campagne publicitaire de co-branding accompagnant le lancement du crossover Fiat 500X met en scène la star internationale Derek Zoolander, qui devient le visage de la campagne. Elle a été diffusée sur toutes les télévisions et les plateformes de médias numériques et sociaux. La campagne était en compétition pour l'or avec la campagne « The Chase » d'Audi et Marvel Studios qui mettait en scène Captain America. Les Clio Key Art Awards couronnent l'excellence de la créativité marketing dans le secteur du divertissement.



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

« Chez FCA, nous abordons le marketing en nous efforçant d'être différents, de briser les conventions et de le faire avec un objectif clair - partagé par Derek Zoolander - : être remarqués », a déclaré Olivier François, Directeur du marketing de FCA Global. « Le fait d'avoir reçu l'unique médaille d'or des Clio Key Art Awards dans la catégorie « Spectacle » pour notre partenariat avec Paramount Pictures montre que nos efforts en matière de marketing continuent de faire tourner les têtes. Nous allons conserver cette approche car nous nous réjouissons de ce qui nous attend. »



Dirigé par Jeff Mann (« Zoolander 2 »), le spot publicitaire de la campagne tourné pour la télévision - sur la musique « Relax (Don't Do It) » de Frankie Goes to Hollywood - se situe en ville, à un angle de rue, où Derek Zoolander se fait flasher par un radar de feu rouge.

Et parce qu'il est Derek Zoolander, il a une vision résolument différente de la façon d'aborder la situation. Alors que d'autres pourraient se lamenter sur leur malchance, lui s'en empare comme une opportunité, en faisant de multiples marches arrière avec la voiture pour franchir de nouveau le feu lorsqu'il est rouge et perfectionner ainsi sa pose devant la caméra.

Quand un officier de police s'approche, la réaction est du pur Zoolander : « I know. I was driving while hot. » La campagne a été créée en partenariat avec Trailer Park.

En parallèle et faisant partie intégrante de la campagne, Derek Zoolander a pris le contrôle du compte Twitter de Fiat en l'alimentant le 12 février 2016.

Le film a été vu en avant-première le 30 janvier à Rome lors d'une projection événementielle sponsorisée par FCA à l'intention des fans, au cours de laquelle une Fiat 500X arborant une livrée spéciale tri-couches Yellow a rejoint sur le tapis rouge les acteurs de « Zoolander 2 ».

Olivier François a récemment été désigné [Brand Genius par le magazine Adweek](#) dans la catégorie automobile ; c'est la 1^{ère} fois qu'un Directeur du Marketing



FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

reçoit cette distinction une seconde fois. Il avait en effet déjà été désigné « Grand Brand Genius » en 2012. Cette année, les Brand Genius Awards ont été décernés à New York le 25 octobre dernier.

La remise des Clio Key Art Awards qui s'est tenue au Dolby Théâtre de Los Angeles ce jeudi 20 octobre, était animée par la comédienne et actrice Amy Sedaris. Cliquez [ici](#) pour découvrir la liste des gagnants dans chaque catégorie.



Au sujet des Clio Key Art Awards

Ce sont les récompenses pour distinguer les communications créatives dans le monde du spectacle. Créés en 1971, les Clio Key Art Awards sont devenus la propriété de Clio en 2015, et avec leur partenaire The Hollywood Reporter, ils continuent d'étendre leur portée (au cinéma, à la télévision et dans les jeux) tout en restant fidèles à leurs origines cinématographiques. Cette distinction est le reflet d'un secteur qui, grâce à ses avancées dans la technologie et à l'intégration de nouvelles spécialités, refond systématiquement la notion d'excellence dans le marketing du divertissement.

Au sujet de Paramount Pictures Corporation

Paramount Pictures Corporation (PPC), producteur et distributeur international de divertissements filmés, est une unité de Viacom (NASDAQ : VIAB, VIA), entreprise majeure dans la production de contenus qui regroupe des marques majeures du cinéma, de la télévision et du divertissement numérique. Paramount contrôle certaines des marques les plus puissantes du divertissement filmé, comme Paramount Pictures, Paramount Animation, Paramount Television, Paramount Vantage, Paramount Classics, Insurge Pictures, MTV Films et Nickelodeon Movies. Les activités de PPC incluent aussi Paramount Home Media Distribution, Paramount Pictures International, Paramount Licensing Inc. et Paramount Studio Group.