

Contact: Miguel Ceballos

Mauricio Galvez

Stellantis México: Alfa Romeo presenta 'Near-Life Experience'.

- Alfa Romeo lanza 'Near-Life Experience', su primera campaña publicitaria global
- La campaña es el primer capítulo de la nueva estrategia de comunicación, para llevar la marca al futuro con un nuevo tono de voz y un enfoque totalmente en línea con sus nuevos valores
- Desarrollada por TRG y dirigida por Salomon Ligthelm, un especialista en vídeos musicales que ha trabajado con las marcas Premium más importantes
- Para conocer esta nueva campaña puedes ingresar a: https://www.youtube.com/watch?v=QZCwKB1_zA4

October 22, 2021, Ciudad de México -

Alfa Romeo está lanzando su primera campaña de comunicación global en Estados Unidos.

Estrenado en las redes sociales de la marca, el anuncio se emitirá en los canales de televisión de Estados Unidos el domingo 24 de octubre durante el Gran Premio de Fórmula 1 que se celebrará en Austin, Texas, en el famoso Circuito de las Américas (COTA).

La campaña es una interpretación del método de comunicación de Alfa Romeo; se inspira en nuevos valores y un nuevo concepto de pertenencia a la marca, que va mucho más allá de las especificaciones técnicas de los coches. Conducir un Alfa Romeo es una experiencia sensorial única, destinada a infundir en el conductor sentimientos profundos.

El mensaje ya no se centra solo en las prestaciones, que siguen formando parte del ADN de la marca, lo que importa son las emociones que se sienten al conducir un Alfa Romeo. Sensaciones viscerales, únicas por su intensidad, propias de las personas que disfrutan de la vida y de todos los valores tradicionales de Alfa Romeo con audacia y atrevimiento.

https://www.youtube.com/watch?v=QZCwKB1_zA4

Olivier Francois, CMO Global de Stellantis: "La importancia de lanzar nuestra campaña 'Near-Life Experience' para Alfa Romeo durante el Gran Premio de Estados Unidos de este fin de semana es por su diseño. Rinde homenaje a la rica herencia de carreras de la marca que se remonta a 1910 y al inicio de la Fórmula 1 en 1950, cuando Alfa Romeo no solo estaba presente, fuimos campeones el primer año, obteniendo el primer lugar con Giuseppe Farina y el Alfetta 158. 'Near-Life Experience' rinde homenaje a un rico pedigrí automotriz que continúa evolucionando y cumple su excepcional promesa con los conductores de Alfa Romeo en la carretera todos los días".

Jean Philippe Imparato, CEO de Alfa Romeo: "Para Alfa Romeo, la campaña 'Near-Life Experience' es un gran paso hacia su futuro como marca Premium global. Sin dejar de ser fiel al ADN de la marca, la máxima expresión de la nobleza deportiva italiana desde 1910, este anuncio habla de su actitud audaz y su capacidad única para brindar a sus clientes una experiencia visceral. Esta es la primera vez que usamos un solo idioma para todo el mundo, un mensaje directo para todos los que comparten los valores Alfa Romeo".

Una campaña global, que se refiere al **poder inclusivo** de una marca que puede inspirar emociones universales, compartidas en todo el mundo. Por eso, conducir un Alfa Romeo solo por diversión o simplemente para desplazarse a diario se convierte en una experiencia cotidiana que todo lo impregna, en la ciudad o más allá.

La motivadora campaña ha estado a cargo de TRG (**The Richards Group**), una agencia independiente de Dallas, y ha sido dirigida por **Salomon Ligthelm**, un conocido director que ha trabajado durante años con algunas de las celebridades más destacadas de la escena musical internacional y algunas de las marcas Premium más importantes no solo de la industria del automóvil. El director de fotografía es **Daniel Bouquet**, que destaca por su trabajo en Sound of Metal, película nominada a los Oscar 2021. La banda sonora se basa en el arreglo musical Vltava (el nombre checo del río Moldava) de Flavio Ibba de los poemas sinfónicos Má vlast (Mi patria) del compositor Smetana.

#AlfaRomeoExperience

#ProudlyAlfaRomeo

-###-

Additional information and news from Stellantis are available at: <https://media.stellantisnorthamerica.com>