

Contact: Claudia Gregory
Stellantis

Ariel Gavilan
Stellantis

Tom Muzquiz
Subterranean Media
(323) 337-6563 (office)
tom@subterraneanmedia.com

La marca Dodge lanza una campaña publicitaria con la superestrella internacional Pitbull para promocionar el nuevo Dodge Dart

- Los nuevos comerciales de televisión de Dodge Dart reflejan el enfoque de la marca hacia los jóvenes multiculturales "milenarios" ¹ en el segmento de automóviles compactos
- Pitbull compuso música instrumental original, llamada 'Drop 2 the bottom,' para los anuncios nuevos
- Dirigidos hacia latinos y afroamericanos, los comerciales salen al aire durante programación nacional en español e inglés

July 9, 2013, Auburn Hills, Mich. - La marca Dodge lanza una iniciativa publicitaria en inglés y español enfocada a los jóvenes de origen latino y afroamericano que incluye al Dodge Dart y al mundialmente reconocido artista Pitbull. El rapero, que utiliza su lema "¡Dale!" en los anuncios, también compuso la música original llamada "Drop 2 the bottom" para los spots "Cómo hacer un auto que cambie todo" y "Cómo triunfar rompiendo esquemas".

"El segmento de autos compactos es el más grande y competitivo en la industria automotriz y los jóvenes "millennials" ¹ lideran su crecimiento," ² dijo Tim Kuniskis, Presidente y CEO de la marca Dodge para el Grupo Chrysler. "Con su dinámica de conducción europea, lo mejor en su clase en términos de tecnología y elementos de seguridad, el Dodge Dart es el auto perfecto para los millennials."

El primer comercial que debutó en junio de este año es una variación multicultural del anuncio en inglés de 30 segundos, llamado "How to Change Cars Forever." Se produjo en español e inglés, y presenta a Pitbull como la celebridad que endorsa el nuevo Dodge Dart. Una versión de 60 segundos del anuncio se emitirá el 18 de julio en los "Premios Juventud" de la cadena Univisión donde la juventud latina rinde homenaje a sus estrellas favoritas. Más de 9 millones de televidentes vieron el programa en el 2012.³

"Al igual que el anuncio original, la versión multicultural 'Cómo hacer un auto que cambie todo' utiliza los mismos elementos para capturar el meticuloso proceso que comienza con una idea simple y evoluciona en un auto nuevo y revolucionario," dijo Olivier Francois, responsable de mercadeo del Grupo Chrysler. "Pitbull encaja bien en esta iniciativa del Dodge Dart ya que ambos son innovadores y relevantes para los jóvenes millennials y para el mercado en general."

El segundo anuncio en español de 30 segundos titulado "Cómo triunfar rompiendo esquemas" ya está en rotación, y la versión en inglés hace su debut esta semana. El comercial resalta el paralelismo entre el esfuerzo que demanda producir la música de Pitbull y el arduo trabajo que conlleva construir un automóvil sobresaliente en su clase.

Según los datos del Censo de EE.UU.⁴, aproximadamente el 90 por ciento del crecimiento de la población entre 18 y 34 años de edad entre los años 2011 y 2015 provendrá de segmentos multiculturales, y una gran porción de este crecimiento se dará en el segmento hispano, ya que el 71 por ciento de los hispanos en los EE.UU. son menores de 40 años.

"Si quiere saber dónde están los futuros compradores de autos compactos, basta con ver a la audiencia en un concierto de Pitbull - es intercultural y nuestro mercadeo debe conectar emocionalmente con estos consumidores," dijo Juan F. Torres, responsable de la publicidad multicultural del Grupo Chrysler. "Los millennials llevan el

crecimiento del segmento y los hispanos en particular se destacan entre los compradores de este grupo. En dos años casi la mitad del público meta del segmento de autos compactos, y la mayoría de la población de las diez ciudades más grandes en los EEUU, será multicultural. La esencia del Dart atrae al consumidor joven, por lo tanto seguiremos desarrollando publicidad con una influencia multicultural que atraiga a este grupo."

"Me encanta esta campaña porque es muy similar a cómo se produce un álbum," dijo Pitbull. "Todos piensan que es un proceso fácil pero es muy complicado darle al público algo emocionante, sexy y poderoso, y eso es lo que el Dodge Dart y Mr. Worldwide aportamos. ¡Dale!"

Los comerciales multiculturales del Dodge Dart saldrán al aire en varias cadenas nacionales en español y bilingües: Azteca America, ESPN Deportes, Estrella, Fox Deportes, Galavisión, MundoFox, Mun2, Telemundo, UniMás, Univisión Deportes y Univisión. También se transmitirán en Aspire y BET a finales del mes. Anuncios digitales acompañarán a los comerciales de televisión. Los anuncios están disponibles en el canal de YouTube de la marca Dodge, www.youtube.com/user/dodge.

Este es el segundo año consecutivo que la marca Dodge ha colaborado con Pitbull. El año pasado, Dodge y Clear Channel Media and Entertainment se unieron para una gira nacional basada en la música y el nuevo auto compacto, Dodge Dart modelo 2013. Uno de los participantes de la prueba de manejo en la gira "The Road to Las Vegas" ganó un "iHeart Dodge Dart" personalizado por Pitbull y un pase detrás de bambalinas para saludar y conocer al artista internacional.

Descripción de los anuncios

Los nuevos comerciales multiculturales "Cómo hacer un auto que cambie todo", de 30 y 60 segundos en inglés y español, mantienen los mismos elementos que destacaba el anuncio original del Dodge Dart, pero con distintas señales visuales y otra música. Por ejemplo, muestran las publicaciones de las celebridades latinas más populares y cuando el locutor dice: "Que una celebridad lo promueva", Pitbull aparece en la pantalla. El narrador dice, "¡Él es el bueno!", y Pitbull responde con su frase: "¡Dale!". En la versión de 60 segundos, el héroe es latino, se hace referencia a botas picudas y un reconocido artista del cine mexicano. El personaje de finanzas, dice "Eso no se puede" con un acento en inglés y aficionados del fútbol gritan "¡Sí se puede!". Los anuncios terminan con la frase "Las Reglas Cambiaron" que describe cómo la marca Dodge está redefiniendo lo que puede ser un automóvil compacto.

El anuncio de 30 segundos, "Cómo triunfar rompiendo esquemas", producido en inglés y español, hace hincapié en las nuevas reglas que refinan un proceso de producción tradicional. Continuando con los visuales a ritmo rápido, el anuncio simplifica los pasos necesarios para romper los esquemas y triunfar. El comercial desarrolla la relación de la marca con Pitbull, estableciendo paralelismos entre la trayectoria hacia la fama del cantante y la entrada del Dodge Dart en el competitivo segmento de los autos compactos, al decir: "Es así de sencillo."

La campaña multicultural del Dodge Dart fue creada por López-Negrete Communications, una agencia hispana líder con oficinas en Houston y Los Ángeles.

Acerca de Pitbull

Pitbull también reconocido como Mr. Worldwide y Mr. 305 es originario de Miami, músico, intérprete, empresario, icono de la moda y actor con éxito mundial cuyas ventas superan 5 millones de álbumes y 40 millones de sencillos en todo el mundo. Pitbull ha tenido éxitos #1 en más de 15 países y sus videos han sido vistos más de 3 mil millones de veces. Su gira mundial llenó estadios en América Latina, Canadá y Europa, antes de llevar la fiesta por todos los Estados Unidos, Japón y Australia. La nueva canción del aclamado álbum Global Warming, "Feel This Moment" con Christina Aguilera, es otro éxito mundial. La canción es el tercer "hit" en los Top 10 de Global Warming que también incluye su éxito mundial "Don't Stop The Party" y "Back In Time", el himno de la comedia de acción-aventura, "Men in Black 3." Pitbull también participó en EPIC como Bufo, la película animada de 20th Century Fox que se estrenó en cines este pasado mayo.

Acerca del Dodge Dart

El Dodge Dart modelo 2013 redefine la experiencia de conducir haciéndola más ágil y divertida, y está inspirada en el desempeño que aprovecha la arquitectura de primera clase de Alfa Romeo®. El Dodge Dart es producido con materiales de alta calidad, la tecnología más avanzada y características de seguridad líderes en su clase. El

nuevo modelo GT Dart se basa en este fundamento y ofrece atributos apreciables por los compradores de autos compactos como un motor de 2.4 litros con 184 caballos de fuerza, una suspensión deportiva, disponibles ruedas de aluminio negro intenso de 18 pulgadas, además de características exclusivas en su clase como una pantalla táctil Uconnect® de 8.4 pulgadas y luces traseras deportivas LED. El Dart les ofrece a los conductores la mejor combinación de potencia, desempeño, tecnología y estilo, todo a un precio desde \$15,995. KBB.com de Kelley Blue Book nombró al Dart como uno de los "10 mejores autos por menos de \$18,000."

Acerca de la marca Dodge

Con una historia de casi 100 años, la marca Dodge ofrece una línea completa de vehículos que brindan potencia, calidad de manejo, versatilidad y eficiente consumo de combustible. Con el nuevo Dodge Dart modelo 2013, el nuevo Dodge Charger equipado con una transmisión de ocho velocidades ZF que logra 31 millas por galón en la carretera, el nuevo Durango, la Grand Caravan, Dodge Journey, Avenger y el Dodge Challenger, la marca Dodge ofrece ahora una de las líneas más completas e innovadoras en el mercado.

1 Nacidos entre 1980 y 2000.

2 New Vehicle Experience Study (NVES), 2013.

3 Univision Communications Inc, 2013. Corporate Overview of Premios Juventud (Hispanic Youth Awards).

4 American Community Survey (ACS) 2011, Latinum Network Analysis. Projected birth rates based on average historical birth rates. Net migration projections based on U.S. Census Bureau estimates.

-###-

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