

Contact: Miguel Ceballos

Aaron Guerrero

"Groundhog Day" con Jeep® Gladiator y Bill Murray es el comercial más visto del Big Game 2020 en redes sociales con 104,246,754 vistas

- "Groundhog Day" se ha visto 104,246,754 veces en los canales de YouTube, Facebook, Twitter e Instagram de la marca Jeep®
- "Groundhog Day" tiene más vistas sociales en línea que cualquier otra emisión comercial durante el Big Game
- "Groundhog Day" ocupa el puesto #1 en el Ad Meter de USA Today
- "Groundhog Day" obtiene el auto ad #1 en YouTube AdBlitz 2020 (n.º 2 en general entre 164 videos)
- La revista People nombró a "Groundhog Day" el comercial # 1 del Super Bowl
- [Jeep® | "Groundhog Day" | Bill Murray | 02.02.2020](#)
- [Jeep® "Groundhog Day" Commercial | Behind the scenes | Bill Murray](http://Jeep®)

February 11, 2020, Ciudad de México - El comercial "Groundhog Day" de la marca Jeep® protagonizado por Bill Murray y Jeep Gladiator 2020, es el comercial más visto en redes sociales durante el Super Bowl. El anuncio ha acumulado 104,246,754 vistas (hasta las 9 a.m. de ayer 10 de febrero) en los canales de YouTube, Facebook, Twitter e Instagram de la marca.

"Con 104,246,754 visitas, el 'Groundhog Day' tuvo más vistas en las redes sociales que cualquier otro comercial del Super Bowl 2020", dijo Olivier Francois, Director de Marketing de FCA. "Además de ganar el aclamado Ad Meter de USA Today, 'Groundhog Day' también fue el anuncio automotriz más visto en YouTube AdBlitz este año".

Vistas en los canales oficiales de la marca Jeep:

YouTube: 50,357,252

Facebook / Instagram: 50,953,265

Twitter: 2,936,237

Total: 104,246,754

Además de conquistar el Ad Meter de USA TODAY ("Groundhog Day" ocupó el puesto #1 entre los 62 comerciales disponibles para las clasificaciones de los espectadores), el video "Groundhog Day" se ubicó como el anuncio automotriz #1 en YouTube AdBlitz (#2 general entre 164 comerciales).

La revista People nombró a "Groundhog Day" el comercial favorito #1 en su lista de los 10 principales; Adweek nombró a "Groundhog Day" como el comercial #1 del Super Bowl 2020; Ad Age "Creativity" lo nombró "Editor's Pick" (Selección del Editor); y Advertising Age le dio al comercial una calificación de "cinco pelotas de fútbol", una de las cuatro marcas que recibió la clasificación más alta.

Además de alcanzar 104,246,754 de vistas totales en los canales de YouTube, Facebook, Instagram y Twitter de la marca Jeep, la marca ha recibido 313K menciones en redes sociales, hasta las 9 a.m. de ayer 10 de febrero.

-###-

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