

Mazda anuncia su evolución como marca bajo el lema “Drive Together”

- Basado en la filosofía de *Jinba Ittai*: coche y conductor como un solo cuerpo en armonía, lanza una nueva campaña de comunicación en todas sus plataformas

Madrid, 31 de enero de 2017. Mazda ha dado a conocer su nueva evolución como marca bajo el mensaje “Drive Together”, la expresión creativa del concepto japonés *Jinba Ittai*, que refleja la unidad lograda entre caballo y jinete, como coche y conductor en perfecta armonía. En esta evolución, Mazda quiere pasar de ser un fabricante de coches a ser un proveedor de experiencias únicas e individualizadas a la medida de cada cliente. Así la marca ha puesto en marcha una batería de creatividades en todas sus plataformas de comunicación a partir de este mes de febrero.

“Drive Together” es el lema de la campaña de comunicación 360º elegido por Mazda que se asienta en dos pilares principales: por un lado “Challenger spirit” o “Espíritu Mukainada”, que es como el fabricante japonés define su espíritu de superación constante que viene marcado por sus orígenes en la ciudad de Hiroshima y que le ha llevado a desafiar constantemente los convencionalismos para mejorar, con tecnologías que han marcado a lo largo de los años un camino diferente en la automoción. El desarrollo del motor rotativo, su victoria en las 24 Horas de Le Mans, la comercialización del Mazda MX-5 hasta convertir a este modelo en el roadster más vendido de toda la historia o su actual tecnología SKYACTIV basada en la ultraeficiencia de la combustión interna, son algunos de los hitos que reflejan ese espíritu de la marca. El segundo concepto es “For the love of Driving”, mediante el cual la marca desarrolla todos sus modelos centrándose previamente en el ser humano, buscando la diversión al volante, elevando la experiencia de conducción a un punto emocional que va mucho más allá de un mero acto de trasladarse de un punto a otro. El resultado es una completa gama de modelos que destacan por ofrecer un diseño distintivo, una funcionalidad excepcional y un gran comportamiento dinámico.

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



En palabras de Wojciech Halarewicz, vicepresidente de Comunicación en Mazda Motor Europa: *“No podemos encontrar una mayor descripción de la emoción que quieren experimentar los clientes cuando conducen nuestros coches, es la unión que sienten con su coche cuando lo conducen, es Drive Together. Nuestros diseñadores e ingenieros luchan constantemente por esa unión perfecta”.*

Este objetivo también es compartido por el máximo representante de Mazda, su CEO Masamichi Kogai, que apuntaba en una reciente entrevista en The Financial Times: *“Nuestros coches están centrados en el ser humano, hechos para que la gente los conduzca. Conducir eleva el espíritu, alivia el estrés y estimula el cerebro...ese es el tipo de coches que tiene sentido fabricar para Mazda y ese es nuestro cometido”.*

Dos son las claves de la trayectoria de éxito que ha vivido Mazda en los últimos años: en primer lugar el diseño KODO, merecedor de numerosos elogios y premios de reconocimiento internacional, como los premios Red Dot y el World Car Design of the Year otorgado al Mazda MX-5; en segundo lugar, la tecnología ultraeficiente SKYACTIV, que apuesta por soluciones de ingeniería alternativas que le han convertido en un referente de la industria en materia de seguridad activa y pasiva, además de cumplir con el objetivo que se marcó la marca a comienzos de la década: conseguir consumos de diésel en sus coches de gasolina y de híbrido en sus modelos diésel. Con la llegada en 2018 de la segunda generación de modelos SKYACTIV, Mazda mejorará en un 30% la eficiencia de sus modelos, mientras que en 2019 comercializará los primeros vehículos eléctricos y dos años después se iniciará la venta de híbridos enchufables.

###

Para más información:

Natalia García
Directora de comunicación
Telf. 914185468/80
ngarcia@mazdaeur.com

Manuel Rivas
Jefe de prensa

ZOOM-ZOOM

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



Telf. 914185450/80
mrivas@mazdaeur.com

Web de prensa: www.mazda-press.es
Web oficial: www.mazda.es
Facebook: www.facebook.com/MazdaES
Twitter: [@MazdaEspana](https://twitter.com/MazdaEspana)

Mazda Motor Corporation, empresa fundada en 1920 y con sede en Hiroshima (Japón), es uno de los mayores fabricantes de automóviles de Japón con unas ventas de 1,4 millones de unidades, fabrica en quince plantas. Mazda cuenta con seis centros de I+D y está presente en más de 100 países con casi 41.000 empleados y acumula cerca de 1.200 premios desde el año 2002.

Mazda Automóviles España, S.A., empresa fundada en marzo de 2000 y con sede en Madrid (España), es la filial de Mazda Motor Corporation en España y actualmente distribuye seis modelos en el mercado español: Mazda2 (modelo urbano), Mazda3 (compacto), Mazda6 (berlina), Mazda MX-5 (descapotable) y los modelos SUV Mazda CX-3 y Mazda CX-5, cubriendo prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 50 empleados.

ZOOM-ZOOM