

Comunicado de prensa



09 de febrero, 2024

Volkswagen estrena la versión extendida de "An American Love Story" antes del anuncio del Super Bowl LVIII

- **Lance Acord, creador del comercial de VW "The Force", regresa como director en colaboración con la agencia creativa Johannes Leonardo.**
- **El corto ampliado de dos minutos sigue el recorrido de 75 años de la marca en Estados Unidos, desde la importación de los primeros Beetles en 1949 hasta la introducción del ID.Buzz en 2024.**
- **Una versión de 60 segundos de "An American Love Story" será el primer anuncio de la marca en diez años en el Super Bowl.**

Reston, VA. Volkswagen of America, Inc. lanzó el día de hoy la [versión extendida de dos minutos de "An American Love Story"](#) como parte de su celebración de los 75 años en Estados Unidos y la cuenta regresiva para el gran juego el domingo 11 de febrero de 2024. Una versión de 60 segundos que se transmitirá durante el tercer cuarto del juego por CBS y la transmisión en español por Univisión.

Creada por Volkswagen en asociación con su agencia creativa y publicitaria de larga data, Johannes Leonardo, "An American Love Story" es un vívido y nostálgico recorrido por los 75 años de historia de la marca en Estados Unidos, comenzando con la llegada de los primeros vehículos Tipo 1, cariñosamente apodados "Escarabajos", importados por el empresario holandés Ben Pon en 1949. Combinando imágenes históricas y recreadas, la película está llena de imágenes cautivadoras que resumen el papel de Volkswagen en algunos de los momentos culturales más reconocibles de Estados Unidos, subrayando el impacto unificador de la marca. Estas incluyen escenas de Herbie Rides Again, Herbie Goes to Monte Carlo, Los Simpson y personajes de Star Wars. La película concluye centrándose en el ID.Buzz de Volkswagen, un vehículo que, más adelante en 2024, marcará el comienzo del compromiso de la marca con la electromovilidad en Estados Unidos.

El director ganador del premio Emmy, Lance Acord, también se le atribuye el comercial de Volkswagen de 2011, "The Force", que fue nombrado mejor anuncio de 2011 por Adweek, Creativity y YouTube, y es una entrada constante en las listas de anuncios favoritos del Big Game de todos los tiempos.

Contacto para prensa

Volkswagen México
Javier Díaz
Relaciones Públicas
javier.diazl@vw.com.mx

Eme Media Com
Diana Mendoza
diana.mendoza@eme-media.com



Comunicado de prensa



"An American Love Story" está ambientada en el apasionado éxito de 1971 de Neil Diamond, "I Am...I Said". Al igual que el Beetle y su tímido viaje hacia una América más grande y mejor, la canción resuena en aquellos que buscan encontrar un sentido de pertenencia y comprender el mundo que los rodea.

Por primera vez en la historia de la publicidad en el Big Game, la versión extendida de la película debuta con una proyección especial previa para medios en el presente Chicago Auto Show 2024. Volkswagen también está adoptando el enfoque único de entregar esta "carta de amor" a los actuales propietarios a través de la aplicación myVW (disponible para los usuarios en Estados Unidos). La película también involucra a la fábrica de la marca en Chattanooga, donde laboran 5.500 empleados que ensamblan el totalmente eléctrico SUV ID.4, así como los SUV Atlas y Atlas Cross Sport conocidos en México como VW Teramont y VW Cross Sport.

"An American Love Story" es un sincero tributo a la duradera relación de Volkswagen con Estados Unidos", explicó Rachael Zaluzec, Vicepresidenta Senior de Customer Experience y Marketing de Volkswagen of America, Inc. "Durante los últimos 75 años, nuestro viaje se ha entrelazado en la estructura de este país, reflejando su espíritu y evolución. Con este cortometraje, no sólo celebramos nuestra historia, sino que también abrazamos un futuro de innovación y sostenibilidad. También se encontrará algunos guiños al trabajo creativo anterior de VW, para darle ese toque característico por el que nos hemos hecho conocidos. Es nuestra manera de decir "gracias" a Estados Unidos por ser parte de nuestra historia y una invitación a permanecer con nosotros mientras nos embarcamos en nuevos y emocionantes capítulos".

"Cuando comenzamos nuestro viaje de trabajo con Volkswagen hace cinco años, nuestro objetivo era y sigue siendo reavivar el amor por la marca en Estados Unidos, manteniendo al mismo tiempo el espíritu del ingenio y el encanto de la marca", menciona Jonathan Santana, ECD de la agencia creativa Johannes Leonardo. "Todo el mundo tiene una historia de VW, y ésta trata sobre los estadounidenses tal y como existen". Una historia épica sobre cómo un inmigrante con grandes sueños que no sólo es aceptado, sino que se convierte en parte del tejido mismo de la cultura estadounidense. Estamos ansiosos por ver cómo pasamos el testigo a una nueva generación para enamorarnos de la marca Volkswagen y convertirnos en un ícono durante los próximos 75 años como lo fuimos en los primeros".

Después del partido del domingo, una versión de 60 segundos de "An American Love Story" estará disponible en línea, incluido en la cuenta oficial de Instagram de Volkswagen de América como parte de la campaña de redes sociales del 75 aniversario de la marca.

Comunicado de prensa



Sobre Volkswagen de México

Las oficinas corporativas de Volkswagen de México, así como la Planta de vehículos se localizan en el Estado de Puebla, a 120 km al sureste de la Ciudad de México, donde se manufacturan los modelos Jetta, Tiguan (versión larga) y Taos. Esta fábrica, que inició sus operaciones en 1967, es una de las más grandes del Grupo Volkswagen y cuenta con todos los procesos necesarios para la fabricación de vehículos, desde el estampado hasta el ensamble final. En enero de 2013, en Silao, inició operaciones la Planta de Motores Guanajuato. Asentada sobre una superficie de 60 hectáreas, en ella se producen el motor EA211 y la tercera generación de motores EA888 para la producción de vehículos del Grupo Volkswagen en Norteamérica. Como jugador clave en la estrategia de Volkswagen a nivel mundial, en 2023 Volkswagen de México registró una producción de 349,227 vehículos en la planta de Puebla y más de 430 mil motores ensamblados en la de Guanajuato.

Las marcas del Grupo Volkswagen: Volkswagen, Volkswagen Vehículos Comerciales, SEAT, CUPRA, Audi, Bentley y Porsche, comercializaron durante el 2023 un total de 149,936 vehículos en el mercado mexicano.

Como resultado de su compromiso con el bienestar con su comunidad, ha sido reconocida entre "Los Mejores Lugares para Trabajar" por el Great Place to Work Institute (GPTW), "Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ 2024" por la fundación Human Rights Campaign (HRC) y como Top Employer 2024 por Top Employer Institute por noveno año consecutivo. La Armadora fue distinguida por Merco en 2023 como la empresa con mejor reputación corporativa en el sector automotriz. Entre sus acciones de sostenibilidad, sociales y de gobierno corporativo (ESG) figuran "Way To Zero", estrategia global que tiene el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono (CO2) para 2050; "Por amor a México" y "Un día para el Futuro", enfocados al impulso de la niñez, a fortalecer los vínculos comunitarios y de biodiversidad a través de proyectos colaborativos con más de 300 fundaciones. Para conocer más visita: www.vw.com.mx
