



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

Volkswagen estrena una nueva dirección para la Marca en Estados Unidos

- "Hello Light" lanza la campaña durante el tercer juego de las Finales de la NBA y estará al aire durante tiempo limitado.
- "Drive Bigger" debuta el 11 de junio durante la Copa Mundial Femenil.

Puebla, Pue. 6 de junio de 2019. Volkswagen of America arranca esta noche una nueva dirección para la Marca en Estados Unidos, construida en torno a la responsabilidad, la innovación y la forma en que un importante fabricante automotriz puede contribuir creíblemente al bien común.

Volkswagen se ha transformado a partir de 2015, trabajando para restaurar el daño del diésel, al tiempo que mejora el negocio central, instituye nuevos programas de ética y cumplimiento con verdadera fuerza e invierte intensamente en el desarrollo y la producción de vehículos eléctricos. Después, la compañía necesita abordar su Marca icónica. Pero antes de que Volkswagen pueda establecer creíblemente una nueva dirección, tuvo que detenerse un momento para resolver lo que le llevó a donde está hoy.

La campaña comienza con "Hello Light", que saldrá al aire esta noche durante el 3er Juego de las Finales de la NBA. El spot, de proyección limitada, es un momento para que la compañía despeje el aire en torno al tema del diésel, reconozca lo que ocurrió y todo lo que provocó. El punto del mensaje es sencillo: Lo que más importa es cómo respondas.

La fase 'Drive Bigger' de la campaña comienza el 11 de junio. En su forma, tono y textos, la publicidad retornará a la diversión reflexiva y sin pretensiones de los anuncios de Volkswagen en las décadas de los 50 y 60. La campaña incluye un trabajo que resalta la actual flota de VW, así como la futura flota eléctrica. La publicidad se realizará en medios impresos, así como en TV, plataformas digitales y redes sociales.

"Esta campaña es para todos aquellos a los que decepcionamos, todos aquellos que permanecieron con nosotros, aquellos que trabajaron como locos para mantener nuestro

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

avance y para todos aquellos a los que dejó de importarles", dijo Scott Keogh, Presidente y Director Ejecutivo de Volkswagen Group of America. "Nuestra responsabilidad es ser mejores, ser más grandes y nuestra intención es honrar ese compromiso".

Para Volkswagen, "Drive Bigger" es más que un eslogan en un sitio web o un póster en una distribuidora. Representa una visión a largo plazo para la Marca y la compañía, respaldada por compromisos audaces.

Drive Bigger significa que el Grupo Volkswagen estableció un objetivo de neutralidad global en carbono en toda su flota, producción y administración para 2050, lo cual incluye los objetivos del Acuerdo de París para limitar el calentamiento global a 3.6 grados Fahrenheit. Para 2025, la compañía tiene la intención de reducir su huella de carbono global en 30%.

Drive Bigger afecta la forma en que Volkswagen amplificará todo el bien que hacen sus empleados y distribuidores. Para la red de distribuidores, esto significa convertir un evento de ventas de ser simplemente algo transaccional para que sea algo poderoso que beneficie a las personas en las comunidades donde hacen negocios.

El Grupo Volkswagen realizó uno de los compromisos más grandes del mundo con la producción de vehículos eléctricos, una inversión planeada superior a US\$50,000 millones hasta 2028, con 70 nuevos vehículos eléctricos que saldrán al mercado alrededor del mundo, incluyendo el lanzamiento estadounidense planeado para el próximo año de un SUV eléctrico compacto, inspirado en el auto concepto Volkswagen ID. CROZZ.

Drive Bigger significa que la compañía usará sus plataformas y recursos de tal modo que America Scores, una organización sin fines de lucro, pueda producir y transmitir un spot de TV nacional durante la Copa Mundial sin costo.

La campaña debutará el trabajo creativo de Johannes Leonardo, ubicado en Nueva York, la nueva agencia de marca principal de Volkswagen of America.

"Esta plataforma de marca que lanzamos con Volkswagen actuará como la Estrella Polar para que la compañía transforme definitivamente su negocio", afirma Jan Jacobs, cofundador y Director de Comunicaciones de Johannes Leonardo. "Sin duda nos embarcamos en el capítulo más importante en la historia de uno de los mejores anunciantes del mundo. Nos sentimos honrados de formar parte de éste".

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico