



Comunicación Corporativo
Concepción Alvarado
Teléfono: 22 2491- 5057
audi.com.mx
www.audi-mediacycenter.com/en

La reorientación de la marca toma forma: Audi inicia una nueva campaña global

- **La nueva campaña global visualiza la estrategia de marca de Audi**
- **“El futuro es una actitud” es el nuevo lema para futuras campañas de comunicación**
- **“Con esta reorientación nos preparamos para el futuro y damos una definición contemporánea al lema ‘Liderazgo por tecnología’”, Henrik Wenders, Vicepresidente de Audi**

Ingolstadt, 1 de octubre de 2020.- Audi está redefiniendo su lema “Liderazgo por tecnología” y poniendo a las personas, con sus valores y sus necesidades, en el centro de la nueva estrategia de la marca. La sostenibilidad, la digitalización y el diseño seguirán siendo los focos principales. La transformación hacia una movilidad premium sostenible y digital se pone de manifiesto en la nueva campaña global con el eslogan “El futuro es una actitud”. Además, la nueva identidad corporativa será visible por primera vez a nivel mundial.

“Al reorientar nuestra estrategia de marca, damos una definición actualizada y contemporánea al lema ‘Liderazgo por tecnología’ y nos preparamos para el futuro, para una nueva era en el mundo del automóvil y para nuestros clientes”, declara Henrik Wenders, Vicepresidente de Audi. El objetivo, añade Wenders, es mejorar la vida de las personas a través de la tecnología y hacer una contribución a la sociedad. El interés de Audi es dar forma al futuro de la movilidad premium y crear experiencias fascinantes.

Con su campaña global, Audi muestra el camino hacia un futuro eléctrico, digitalizado y emocional. Además de los modelos actuales como el Audi e-tron Sportback, también se presentan vehículos visionarios como el Audi AI:ME y el Audi Q4 Sportback e-tron concept, que representan la capacidad innovadora de la marca. Los protagonistas son colaboradores de Audi, como el Jefe de Diseño, Marc Lichte, una auténtica representación de la actitud de Audi.

Bajo el enfoque comunicativo “El futuro es una actitud”, a partir de ahora Audi unificará sus actividades globales de marketing teniendo en cuenta las exigencias culturales específicas de cada país. “Liderazgo por tecnología” seguirá siendo el eslogan de la marca. La agencia thjnk, con sede en Hamburgo, será la responsable de su implementación creativa. La campaña se llevará a cabo a través de todos los canales de comunicación, desde la televisión hasta plataformas digitales. Todos los contenidos de la campaña se reunirán en el recién lanzado sitio web progress.audi



En el marco de la nueva campaña de marca, la reestructurada identidad corporativa será visible por primera vez a nivel mundial. Su presentación está dirigida por la vanguardista imagen premium de Audi, con un estilo claro y simplificado que será evidente en el nuevo lenguaje visual.

Créditos de la campaña:

Agencia creativa: thjnk Hamburg GmbH

Producción: ANORAK Film GmbH

Dirección: Hanna Maria Heidrich

Edición: loved GmbH

Post-producción: The Mill (Londres); KATALYST (Berlín)

Audio: Andreas List, Felix Bauer, Musik und Sound Design

Supervisión musical y dirección: gate.11 audio-visuelle kommunikation GmbH

Liga de campaña <https://bit.ly/33plajf>

Sitio web de la campaña <https://www.progress.audi/progress/es.html>

Acerca de Audi

El Grupo Audi, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 18 plantas distribuidas en 13 países. AUDI AG posee diversas filiales al 100%, entre las que se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna, Italia).

En 2019, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,845 millones de automóviles de la marca Audi, así como 8,205 deportivos de la marca Lamborghini y 53,183 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2019, AUDI AG alcanzó una facturación de 55.700 millones de euros y un resultado operativo de 4.500 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 90.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales más de 60.000, en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.