La marca se ha marcado un objetivo de cuota de mercado del 1,5% en 2008

MAZDA SEGUIRÁ CRECIENDO GRACIAS A LA RENOVACIÓN DE SU GAMA

***Madrid, 22 de mayo de 2008*; Mazda prevé mantener su línea de crecimiento sostenido a lo largo de 2008. El nuevo Mazda*2* de tres puertas y la gama completa del nuevo Mazda*6* son algunas de las principales novedades que la marca acaba de presentar en el Salón del Automóvil de Madrid 2008 y que permitirán continuar con esta trayectoria ascendente.**

Durante la rueda de prensa que ha tenido lugar este jueves durante el salón, el Consejero Delegado de Mazda Automóviles España, Ignacio Beamud, ha apuntado precisamente a la renovación de la gama Mazda como una de las principales claves a la hora de lograr mantener este crecimiento. "Estamos convencidos de que continuaremos creciendo en 2008 y para ello nos marcamos un objetivo de cuota de mercado de un 1,5%, algo que ya hemos conseguido. Todo ello será posible gracias a la renovación de nuestros productos, entre los que destaca la llegada del Mazda*6* en todas sus carrocerías y motores, el Mazda*2* de tres y cinco puertas o la versión renovada del Mazda*5*", ha afirmado.

El diseño, junto a la funcionalidad y dinamismo que ofrece la gama Mazda, es una de las claves que permitirán esta evolución positiva, tal y como reflejan algunos de los últimos reconocimientos recibidos por la marca, como el Gran Premio de Diseño concedido al equipo internacional de diseño de Mazda durante el Festival Internacional del Automóvil de París 2008. Según sus propias palabras, "el mejor ejemplo de diseño es la nueva línea Nagare para la futura generación Zoom-Zoom, presente en el concept Mazda Taiki que hoy podemos ver en este salón".

En cuanto a los modelos actuales, Beamud destacó la presencia en el stand de la gama completa del nuevo Mazda*6*, una berlina que aumenta su sofisticación, al tiempo que mantiene el toque deportivo de la anterior generación. También resaltó la "Estrategia del gramo" que los ingenieros de Mazda han aplicado en este modelo para conseguir reducir su peso a pesar del incremento en materia de seguridad y equipamiento, al tiempo que ha logrado reducir sus emisiones en un 15%.

El Consejero Delegado de Mazda centró la atención del público sobre el nuevo Mazda*2* de tres puertas, sin duda la gran novedad de Mazda en el salón. "Además de recibir más de 32 premios internacionales, entre los que destaca el Premio al Mejor Coche del Año en el Mundo 2008, el Mazda*2* ofrece un diseño muy dinámico y urbano, ahora también con la primera carrocería de tres puertas de la nueva generación Zoom-Zoom". En el caso del modelo urbano de Mazda, la "Estrategia del gramo" ha permitido reducir su peso en casi 100 kg con respecto a su predecesor, todo ello sin suponer un menoscabo en su seguridad ni en su rigidez. "Se trata de un coche decisivo para la marca, ya que va a suponer más de la cuarta parte de nuestras ventas", afirmó en referencia al modelo urbano.

****

Para más información:
Natalia García – Directora de Comunicación / ngarcia9@mazdaeurope.com
Manuel Rivas – Coordinador de Eventos y Relaciones Externas / mrivasru@mazdaeurope.com
Tel.: 91 4185450-68 / Fax: 91 4185479/ Web medios: http://www.mazda-press-spain.com (portal español) y http://www.mazda-press.com (portal europeo)

***Mazda Motor Corporation**, empresa fundada en 1920 y con sede en Hiroshima (Japón), es uno de los mayores fabricantes de automóviles de Japón con una capacidad de producción por encima del millón de unidades, que fabrica en tres plantas propias y en 19 lugares en el mundo. Mazda cuenta con cinco centros de I+D y está presente en 142 países con 35.700 empleados.*

*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 ocho modelos en el mercado español: **Mazda2 (modelo urbano elegido Coche del Año en el Mundo 2008)**, Mazda3 (compacto), Mazda5 (monovolumen compacto), Mazda6 (berlina), MX-5 (descapotable), RX-8 (deportivo), Mazda CX-7 (todocamino) y BT-50 (pick up), junto con su modelo de altas prestaciones Mazda3 MPS, cubriendo así prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 62 empleados.*