



## NOTA DE PRENSA Mazda Automóviles España, S.A.

La marca espera finalizar la renovación a mediados de 2017

### Los concesionarios de Mazda estrenan nueva imagen

Madrid, 6 de julio de 2015. Los modelos de nueva generación de Mazda han sido objeto de constantes elogios, y los concesionarios europeos del fabricante de automóviles japonés están evolucionando para mantener su imagen actualizada, en línea con esta nueva gama. El proceso de renovación de imagen de toda la red de concesionarios, puesta en marcha recientemente, les está dando una apariencia atractiva y de gran calidad, además de un ambiente acogedor y moderno.

El objetivo final es mejorar la experiencia de la marca Mazda y superar las expectativas del cliente. La compañía también está aprovechando la oportunidad de armonizar su imagen en toda Europa con, por ejemplo, un logotipo renovado en el que destaca un fondo negro y llamativos elementos como una malla de aluminio en el exterior.

El cambio comenzó el año pasado, cuando Mazda lanzó por primera vez una nueva identidad visual en toda Europa buscando un triple objetivo. Lo primero ha sido dar el protagonismo a los vehículos, gracias a un área de exposición ordenada y limpia con un aire exclusivo, como una galería donde los coches son las obras de arte. Lo segundo ha sido conectar de manera convincente con los clientes en un ambiente positivo dentro de la sala de exposiciones, donde se fomenta la interacción. Ello implica la incorporación de elementos digitales para enriquecer la experiencia de descubrir modelos como el nuevo Mazda CX-3, que acaba de llegar a los concesionarios. Y por último, el diseño une el interior y el exterior del punto de venta, con un exterior definido por los mismos conceptos que el interior.

*“La respuesta ante la nueva identidad de nuestros concesionarios no ha podido ser más positiva”, afirma el vicepresidente de ventas de Mazda Motor Europe, Martijn ten Brink. “Este esfuerzo es el siguiente paso lógico en nuestra estrategia para construir una gran experiencia para el cliente, como hemos estado haciendo con nuestros productos”.*

Alrededor del 15% de los 1.500 concesionarios europeos distribuidos en 19 países ha completado este proceso de renovación, incluidos 20 en España, en lugares como Madrid,



## NOTA DE PRENSA

### Mazda Automóviles España, S.A.

Barcelona o Valencia. Mazda espera que la reforma sea completa a mediados de 2017.

*“Mazda está viviendo un gran momento, y España no es la excepción, ya que en 2014 vendimos un total de 9.921 vehículos y nos convertimos en la marca de mayor crecimiento, con un 71%\*”, afirma José María Terol, presidente y consejero delegado de Mazda Automóviles España. “La nueva imagen de nuestros concesionarios refleja este éxito, y esperamos que el 50% de los distribuidores haya completado el cambio a finales de año”.*

\*Mayor crecimiento porcentual entre las marcas de automoción cuyas ventas anuales se han situado por encima de las 1.000 unidades. Fuente: *Instituto de Estudios de Automoción*

###

Para más información:  
Natalia García  
Directora de Comunicación  
Telf: 914185468/80  
[ngarcia@mazdaeur.com](mailto:ngarcia@mazdaeur.com)

Manuel Rivas  
Jefe de Prensa  
Telf. 914185450/80  
[mrivas@mazdaeur.com](mailto:mrivas@mazdaeur.com)

Web de prensa: [www.mazda-press.es](http://www.mazda-press.es)  
Web oficial: [www.mazda.es](http://www.mazda.es)  
Facebook: [www.facebook.com/MazdaES](https://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 ocho modelos en el mercado español: Mazda2 (modelo urbano), Mazda3 (compacto), Mazda5 (monovolumen compacto), Mazda6 (berlina), Mazda MX-5 (descapotable) y los modelos SUV Mazda CX-3, Mazda CX-5 y Mazda CX-9, cubriendo prácticamente la



## **NOTA DE PRENSA**

### **Mazda Automóviles España, S.A.**

*totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 47 empleados.*