



Mazda2 SensActional Experience: la piccola ammiraglia sfida le convenzioni proponendosi al mercato con un innovativo approccio sensoriale.

Cambiare le regole del gioco: questa la sfida che contraddistingue l'approccio di Mazda nel mondo dell'auto.

Che si tratti di vincere la 24 ore di Le Mans utilizzando una tecnologia diversa come quella di un motore rotativo Wankel o che si tratti della prova prodotto di una nuova vettura, il leitmotiv seguito dalla casa di Hiroshima è quello che delinea da sempre i tratti distintivi del marchio: scegliere vie non convenzionali, applicare forme di pensiero laterale per risolvere i problemi, sfidare le convenzioni per migliorarsi sempre.

Tutto può essere fatto in un modo "diverso".

Anche ad esempio vedere un'auto in un salone.

C'è un modo convenzionale, un rituale dalla liturgia piuttosto logora e stereotipata ed un modo non convenzionale che trasforma la presa di contatto in qualcosa di più spirituale, una esperienza sensoriale dal gusto tipicamente orientale.

E' nata così l'idea del Mazda2 SensActional Experience, un richiamo ai valori sensoriali e alla pulizia delle forme tipiche giapponesi.

Questo approccio di forte impatto e attrattiva, consentirà ai clienti di entrare in contatto con la vettura in maniera assolutamente nuova.

Il cliente verrà accompagnato passo per passo, attraverso un'esperienza sensoriale volta a far conoscere la Nuova Mazda2 percependone gli spazi e la qualità, il feeling e le sensazioni "a pelle" ancora prima di poterla ammirare.

Dopo essere stato accolto in concessionaria l'aspirante cliente sarà bendato e partirà per la SensActional Experience.

Mazda Corporation è stata fondata nel 1920, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 13 Paesi del mondo (oltre al Giappone, in USA e Thailandia). Esporta i suoi prodotti in 148 Paesi. Mazda Corporation è quotata allo Stock Exchange di Tokyo. La Filiale Italiana – Mazda Motor Italia -- ha iniziato la sua attività nel 2000.

Marilù Granieri
Press & PR Director
Tel. +39 06 60 297 800

Mazda Informa 10_2015



Da questo momento inizierà il suo percorso sensoriale guidato, che coinvolgerà tutti e 5 i sensi :

- toccando prima la carrozzeria e poi gli interni della nuova Mazda2 (tatto)
- ascoltando i suoni di sottofondo legati a features di prodotto (udito)
- odorando l'aroma del the verde ai fiori di ciliegio – un rito, quello del tè ed una fragranza tradizionale tipica della cultura giapponese - contenuto in uno dei vani porta oggetti che, una volta aperto, pervaderà l'abitacolo (olfatto)
- apprezzando al termine, una volta tolta la benda, le peculiarità e le dotazioni di prodotto come, ad esempio, il design degli interni o l'Head Up Display che costituiscono solo alcuni dei punti di forza di Mazda2 (vista)

Al termine dell'innovativa Experience, all'ospite verrà regalata una Gift Box contenente delle foglie di tè giapponese aromatizzate, da portare con sé per poter assaporare con calma il "gusto" di Mazda2.

Con questa innovativa esperienza, Mazda dunque torna a percorrere strade nuove mettendo al centro l'esperienza sensoriale, nell'ambito della presa di contatto col prodotto, confermandosi il brand automobilistico che ragiona e agisce fuori dagli schemi.

Un approccio che costituisce il miglior viatico per il lancio della Nuova Mazda2, una vettura che nel pieno rispetto del DNA del marchio, si presenta al pubblico Europeo con un cocktail dirompente di prestazioni, stile, dotazioni da vettura di segmento superiore che promettono di cambiare le regole del gioco nell'affollato segmento B.

Mazda Corporation è stata fondata nel 1920, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 13 Paesi del mondo (oltre al Giappone, in USA e Thailandia). Esporta i suoi prodotti in 148 Paesi. Mazda Corporation è quotata allo Stock Exchange di Tokyo .La Filiale Italiana – Mazda Motor Italia -- ha iniziato la sua attività nel 2000.

Marilù Granieri
Press & PR Director
Tel. +39 06 60 297 800

Mazda Informa 10_2015