

The Beauty Of Motion: 17 modi per interpretare la roadster più amata al mondo.

Il fascino dell'essenza del movimento dell'icona di Hiroshima immortalata del progetto fotografico Beauty of Motion in collaborazione con Fotografia Reflex e Nital S.p.A. .

Henry Cartier Bresson, uno dei più grandi fotografi del Ventesimo secolo, pioniere del fotogiornalismo, punto di riferimento di generazione di fotografi professionisti e non, amava il movimento.

Questo costituiva una componente chiave di molti dei suoi scatti più famosi, foto nelle quali vediamo passanti, ciclisti o bambini che giocano, divenire altrettanti elementi essenziali dell'immagine che vanno a conferire dinamismo alla composizione perfetta del fotogramma.

Movimento quindi come espressione di vita, armonia estetica e, in definitiva, bellezza.

Un legame, quello tra movimento e bellezza, che costituisce un elemento fondante non solo delle arti visive in senso stretto ma anche di quella filosofia stilistica – il “Kodo Design”- che caratterizza i prodotti Mazda di nuova generazione, imprimendo nel metallo delle carrozzerie l'essenza del dinamismo, l'energia concentrata prima che questa venga sprigionata, come avviene nel corpo di un atleta ai blocchi di partenza o di un felino che si appresti al balzo.

Una vitalità esplosiva la cui quintessenza è espressa nelle pluripremiate linee della quarta generazione di MX-5, già vincitrice del Red Dot design 2015 e fresca di trionfo nel WORLD CAR AWARD 2016 sia nella categoria generale che in quella riservata appunto allo Stile.

Proprio per questo Mazda ha pensato di celebrare questo approccio stilistico con un ambizioso progetto artistico che vedrà coinvolti fotografi professionisti ed amatori ispirato alla “bellezza del movimento” (**“The Beauty of Motion”**).

Un concept creativo che avrà per protagonista la roadster più venduta al mondo declinata sul tema **“l'auto che ti fa alzare lo sguardo verso il cielo”**.

Questo ambizioso progetto, realizzato in collaborazione con la rivista **Fotografia Reflex** e **Nital Spa**, distributore in **Italia del marchio Nikon**, documentato per tutta la durata dello stesso anche dai media partner **“Dove”** e **“Style”**, prevede la sua realizzazione in più fasi successive.

Per ulteriori informazioni potete contattare:

Mazda Motor Italia

Mariù Granieri

Press & PR Director

Viale A. Marchetti 105, 00148 Roma

Phone: +39 06 60 297 800 Fax: +39 06 602 00 125

E-mail: mgranieri@mazdaeur.com

COMUNICATO STAMPA

Mazda Motor Italia



Nella prima fase due noti fotografi professionisti, **Aldo Ferrero e Max Terazzan**, daranno la loro interpretazione del tema proposto.

Successivamente, in un secondo momento saranno invece protagonisti i fotoamatori.

Infatti, selezionati sulla base del portfolio di immagini sul tema “bellezza in movimento” che avranno inviato nelle settimane precedenti alla Redazione di Fotografia Reflex, a loro insindacabile giudizio, **quindici fotoamatori** avranno la straordinaria possibilità di interpretare MX-5 in una memorabile giornata di shooting , avvalendosi anche dei preziosi consigli di Ferrero e Terazzan oltre che di attrezzatura professionale Nikon.

Le linee di Mazda MX5 saranno protagoniste degli scatti ma, grazie a contesti e location particolarmente evocativi, sarà possibile coniugare la bellezza in movimento con lo spirito del viaggio, quella “reason to drive” che costituisce una delle motivazioni principali del pluridecennale successo mondiale della piccola roadster giapponese.

Una competizione che esalterà le forme della roadster più venduta al mondo e soprattutto volta a cogliere lo spirito che ha fatto entrare l'icona del brand di Hiroshima nell'olimpico delle automobili immortali.

Alla fine, sarà compito di una commissione costituita dai rappresentanti di **Fotografia Reflex, Mazda, Nital e dal fotografo professionista Aldo Ferrero** scegliere i **3 portfolio** che meglio avranno interpretato il tema fotografico, selezionando altrettanti fotografi che avranno la soddisfazione di vedere **il frutto del loro lavoro acquistato da Mazda per essere utilizzato, pubblicato od esposto come materiale advertising di prodotto**.

Un traguardo importante per dei fotoamatori ma anche una possibilità, perché no, per alcuni di loro di mettersi in mostra e mettere così il primo tassello di quella che potrebbe essere una vera e propria carriera nel mondo della fotografia.

Mazda, la casa automobilistica di Hiroshima che per migliorarsi sfida le convenzioni, ha da tempo intrapreso un percorso evolutivo che la sta portando da produttore di vetture tecnologiche e di pregevole design a “contenitore” di esperienze visive e sensoriali non necessariamente, o non soltanto, correlate al prodotto automobilistico.

Ed MX-5, grazie alla elevatissima cifra tecnica e stilistica di quest'auto, è indubbiamente il prodotto che concettualmente si sposa alla perfezione con questo progetto.

Per Mazda la bellezza è più che mai in movimento.

Per ulteriori informazioni potete contattare:

Mazda Motor Italia

Mariù Granieri

Press & PR Director

Viale A. Marchetti 105, 00148 Roma

Phone: +39 06 60 297 800 Fax: +39 06 602 00 125

E-mail: mgranieri@mazdaeur.com