



Mazda vuelve a superar a un mercado europeo en alza durante el primer trimestre

- El Mazda CX-3, el Mazda2, y el Mazda MX-5 han sido la clave del éxito, por su atractivo diseño y su tecnología.

Madrid, 18 de abril de 2016. Mazda no pierde empuje. Durante el primer trimestre de 2016, Mazda mantuvo su tendencia alcista, con un crecimiento interanual de las ventas del 28.5% y un total de 68.787 unidades vendidas, gracias a sus modelos más innovadores. Con este, la marca japonesa encadena 14 trimestres consecutivos de beneficios. Además, de los últimos doce trimestres, es el décimo en el que ha conseguido un crecimiento de dos dígitos. Mazda ha crecido por encima de un mercado europeo, que ha mostrado un comportamiento muy sólido (y que ha crecido un 8.1%). De hecho, la cuota de mercado de Mazda se ha situado en el 1,7%, alrededor de un 13% más con respecto al primer trimestre de 2015¹.

Entre los modelos que han alimentado este éxito destaca ante todo el Mazda CX-3, un SUV deportivo que salió a la venta el pasado mes de junio y que goza de un gran éxito, y el Mazda2, un urbano de nueva generación cuyas ventas se han disparado un 75% a lo largo del trimestre. Por su parte, las ventas del nuevo Mazda MX-5 prácticamente se han cuadruplicado (crecimiento del 282%). Este modelo ha recibido recientemente los premios Coche del Año en el Mundo 2016 y *World Car Design of the Year 2016*. Otros modelos de referencia, como el Mazda CX-5 y el Mazda6, han cumplido sus objetivos, mientras que el Mazda3 es el modelo no SUV de mayores ventas de la gama europea de la marca².

Por mercados, España, Portugal e Italia han liderado el crecimiento interanual durante el primer trimestre. Las ventas crecieron un 70% en España, se triplicaron en Portugal y se duplicaron en Italia. Otros países se han anotado crecimientos por encima del 50%, como Bélgica (+65%), Países Bajos (+63%), Noruega (+60%), la República Checa (+59%), Irlanda (+54%) y Polonia (+52%). En la mayoría de los demás mercados, incluidos los de Reino Unido y Francia, se han producido avances de dos dígitos³.

La tecnología sigue siendo uno de los pilares del éxito de Mazda. Desde que en 2012 se introdujo en Europa la tecnología ultraeficiente SKYACTIV –consistente en una gama única de motores, transmisiones, plataformas y carrocerías desarrolladas por Mazda– la marca prácticamente ha duplicado su facturación por venta de vehículos.

“Además de contar con modelos atractivos y tecnología avanzada, nuestro equipo humano, a todos los niveles de la organización, ha sido esencial para alcanzar los objetivos de ventas para el año fiscal. Y lo hemos conseguido creciendo en todos y cada uno de los mercados individuales. Muchos de ellos incluso han establecido nuevos récords”, ha declarado Martijn ten Brink, Vicepresidente de Ventas y Posventa de Mazda Motor Europe. *“Para seguir*

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



desarrollándonos de forma sostenible y mejorando la fidelidad, estamos poniendo un énfasis creciente en el servicio al cliente. Y eso afecta a todos los puntos de contacto con la marca Mazda a lo largo del ciclo de propiedad de un coche”.

Mazda ha vendido más de 227.000 vehículos en Europa en los últimos 12 meses hasta finales de marzo, con un incremento del 28% con respecto al año fiscal anterior.

1) Fuentes de datos europeos: www.acea.be (Asociación Europea de Fabricantes de Automóviles), Matriculaciones de turismos nuevos, UE + AELC.

2) Fuente de los datos sobre modelos: datos internos.

3) Fuentes de los datos nacionales: www.febiac.be (Federación Belga de la Industria Automovilística y Ciclista); portal.sda-cia.cz (Asociación Checa de Importadores de Coches); www.ccfa.fr (Asociación Francesa de Fabricantes de Automóviles); www.beebbeeep.ie (Sociedad de la Industria del Motor Irlandesa); www.en.anfia.it (Asociación Italiana de la Industria del Automóvil); www.raivereniging.nl (RAI, Asociación Neerlandesa de la Industria Automovilística y Ciclista); www.ofvas.no (Consejo Noruego de Información sobre el Tráfico por Carretera); www.pzpm.org.pl (Asociación Polaca de la Industria del Automóvil); www.autoinforma.pt (Asociación del Automóvil de Portugal, Centro de datos); www.anfac.com (Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones); www.auto-schweiz.ch (Auto Suiza); smtt.co.uk (Asociación de Fabricantes y Vendedores de Coches del Reino Unido).

###

Para más información:

Natalia García
Directora de comunicación
Telf. 914185468/80
ngarcia@mazdaeur.com

Manuel Rivas
Jefe de prensa
Telf. 914185450/80
mrivas@mazdaeur.com

Web de prensa: www.mazda-press.es
Web oficial: www.mazda.es
Facebook: www.facebook.com/MazdaES
Twitter: [@MazdaEspana](https://twitter.com/MazdaEspana)

zoom-zoom

NOTA DE PRENSA

Mazda Automóviles España, S.A.



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), Mazda6 (berlina), Mazda MX-5 (descapotable) y los modelos SUV Mazda CX-3, Mazda CX-5 y Mazda CX-9, cubriendo prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Cuenta con un capital humano de 47 empleados.

zoom-zoom