



## Scambio di idee sull'efficienza tra Mazda e un agricoltore biologico.

- La Conferenza Barcellona Challengers si concentra sui modi innovative di migliorare l'efficienza
- I partecipanti hanno scoperto i benefici di un atteggiamento "know-why"

Barcellona, 10 Febbraio 2016. Che si tratti di automobili o di agricoltura, aumentare l'efficienza e farlo in modo sostenibile richiede ingegno; il che, a sua volta, è guidato da una solida conoscenza non solo di come vanno le cose, ma anche perché sono fatte in un certo modo.

Nel corso della Conferenza Barcellona Challengers oggi, Mazda (costruttore automobilistico) e Thomas Rippel (un agricoltore biologico) hanno presentato le loro esperienze sulle soluzioni adottate in merito al problema dell'efficienza, la presentazione è stata fatta a studenti e giornalisti al Mazda Space di Barcellona. Le loro storie sono piene di esempi concreti su come si possa raggiungere l'innovazione nei rispettivi campi, gettando nuova luce su vecchi percorsi e abitudini.

Mazda è stata costretta ad un ripensamento dopo aver subito quattro anni consecutivi di perdite a seguito della crisi finanziaria del 2007. Avendo sia poco tempo che limitate risorse economiche, aveva bisogno di realizzare rapidamente una gamma di veicoli completamente nuovi; modelli accattivanti che hanno rispettato le norme sempre più severe sia in termini di emissioni nocive che per l'efficienza nei consumi. E c'era anche l'urgenza che Mazda tornasse ad essere redditizia di nuovo - un compito non facile in un settore brutalmente competitivo contraddistinto dai tempi lunghi e da onerosi investimenti di capitale.

Mazda è riuscita a raggiungere l'obiettivo coinvolgendo i suoi ingegneri, i progettisti e gli esperti nella produzione in un confronto che analizzasse cosa stavano facendo gli altri Costruttori e perché. Questa nuova consapevolezza ha portato a scoperte interessanti, permettendo a Mazda di rivoluzionare il metodo consueto nel costruire le auto. Il risultato? Una gamma di automobili di immenso successo, efficienti ma allo stesso tempo divertenti da guidare che, non solo ha sostenuto la reputazione di Mazda come un'azienda che non ha paura di fare le cose in modo diverso, ma ha anche consentito alla Casa automobilistica per due anni consecutivi di realizzare utili operativi record, con un terzo anno record previsto per la chiusura dell'anno fiscale, il prossimo 31 Marzo.

"Avevamo già il know-how, ma quello che ci serviva davvero per andare avanti era capire il "perché", prendendo le convenzioni che ci sono state tramandate e mettendole sotto un microscopio" – ha dichiarato Jeff Guyton, Presidente e CEO di Mazda Motor Europe.

"La nostra attuale generazione di veicoli è il risultato di tutto questo, il prodotto di una vera e propria cultura del sapere perché".

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



Anche altri, come Thomas Rippel, hanno adottato con successo lo stesso tipo di approccio – il “know-why” --. In seguito ad una malattia legata al cibo, il “globetrotter” ha sviluppato un vivo interesse nei confronti del cibo sano, sostenibile, arrivando fino al punto di diventare un agricoltore biologico. La sua particolare attenzione è rivolta ai modi migliori e più efficienti per utilizzare letame di vacca come fertilizzante trasformandolo in "oro nero". Rippel è convinto che l'allevamento del bestiame (e il consumo di carne bovina) sia sostenibile unicamente se fatto correttamente, e che potrebbe anche contribuire ad alleviare alcuni problemi critici come il cambiamento climatico, la fame e la fertilità del suolo.

La Conferenza Barcelona Challengers è stata l'ultima di una serie di incontri che si sono svolti al Mazda Space. Segue alle tre sessioni tenute nel 2015 nell'hub Europeo nel corso degli eventi della Casa automobilistica, in cui sono state trattate importanti questioni globali come la leadership delle donne nel XXI secolo e come la tecnologia influenzerà il futuro del lavoro.

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](mailto:mgranieri@mazdaeur.com)