



La actriz Paula Echevarría amadrina un Mazda3 MPS decorado por The Mystic Onion

MAZDA DESFILA EN EL EGO DE PASARELA CIBELES

Madrid, 2 de febrero de 2007; Por segunda vez consecutiva, Mazda colabora en el Ego de Pasarela Cibeles, una iniciativa de IFEMA que se enmarca dentro de la Semana Internacional de la Moda de Madrid y que reúne los días 2 y 3 de febrero a los mejores jóvenes diseñadores de la moda en España. Uno de ellos, The Mystic Onion, se ha atrevido a "vestir" con su estilo innovador al deportivo de altas prestaciones Mazda3 MPS. En esta ocasión, la actriz Paula Echevarría es la encargada de amadrinar el modelo nipón, buque insignia de la gama Mazda3 y uno de los modelos de Mazda que mejor representa los atributos de la marca: atrevido, ingenioso y divertido, y que además coinciden con la personalidad distintiva de la pasarela más vanguardista del panorama actual de la moda española.

El Ego de Pasarela Cibeles cumple su primer año de vida, ya consolidado como uno de los referentes de la nueva ola de la moda española, jóvenes diseñadores que encuentran en Ego la oportunidad de dar a conocer su trabajo al gran público, fusionando creatividad y comercialización. En esta tercera edición de Ego, que se celebra en la Sala de Exposiciones Alcalá 31, un espacio de referencia dentro del circuito artístico madrileño, se han dado cita siete nuevos diseñadores a los que se suman otros tres que estuvieron presentes el pasado año.

Paula Echevarría, identificada con el espíritu Zoom-Zoom de la marca, amadrina durante este evento el compacto de tracción delantera más potente del mercado, el Mazda3 MPS. La actriz asturiana ha posado junto a este modelo con diversas creaciones de uno de los diseñadores que participan en los desfiles, The Mystic Onion (Eva Riu y Alberto Gabari), quien también ha sido el encargado de decorar el Mazda3 MPS, un deportivo cuyo diseño se presta especialmente a un proceso de personalización de estas características. "Mundo raro" -en referencia al cambio climático - es la línea temática del diseño que se ha aplicado al modelo, que va a permanecer expuesto en la sede de los desfiles durante los dos días que dura el evento.

EBP, Diezcampaña, Solitas, Berzeuse o Roberto Piqueras son algunos de los diseñadores que, junto con los ya mencionados The Mystic Onion, mostrarán sus propuestas de moda. Durante la segunda jornada, el Ego se transformará en un Showroom gratuito y abierto al público en el que 60 diseñadores tendrán la oportunidad de exponer y vender sus colecciones en un encuentro directo con el ciudadano, además de contar con diversas sesiones de música electrónica, a cargo de personajes vinculados al mundo de la moda que además ejercen como dj's.

Presentado en el Salón de París, el Mazda3 MPS es el segundo modelo de la línea deportiva de altas prestaciones MPS (Mazda Performance Series). Este modelo se basa en la carrocería de 5 puertas del Mazda3 y ofrece 260 CV, la misma potencia que el Mazda6 MPS. Su potente motor 2.3 DISI Turbo convierte a este coche en uno de los modelos de serie con tracción delantera más potentes del mercado.

Para más información:

Natalia García – Directora de Comunicación / ngarcia9@mazdaeurope.com
Manuel Rivas – Jefe de Prensa / mrivasru@mazdaeurope.com
Tel.: 91 4185450-68 / Fax: 91 4185479/ Web medios: <http://www.mazda-press-spain.com>
(portal español) y <http://www.mazda-press.com> (portal europeo)

Mazda Motor Corporation, empresa fundada en 1920 y con sede en Hiroshima (Japón), es uno de los mayores fabricantes de automóviles de Japón con una capacidad de producción por encima del millón de unidades, que fabrica en tres plantas propias y en 19 lugares en el mundo. Mazda cuenta con cinco centros de I+D y está presente en 142 países con 35.700 empleados.

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 siete modelos en el mercado español: Mazda2 (sub-compacto), Mazda3 (compacto), Mazda5 (monovolumen compacto), Mazda6 (berlina), MX-5 (descapotable), RX-8 (deportivo) y BT-50 (pick up), cubriendo así prácticamente la totalidad de los segmentos del mercado. Actualmente, cuenta con una red de 75 concesionarios en toda España. Su capital humano supera los 50 empleados.