

Aumentano le vendite Mazda in Europa

- La Compagnia sfida il trend attuale, che vede il mercato Europeo ai livelli più bassi degli ultimi 20 anni
- I modelli della nuova generazione godono di una notevole popolarità

Leverkusen, 21 Giugno 2013. Le nuove immatricolazioni di veicoli Mazda in Europa salgono vertiginosamente in Maggio, nonostante il mercato vetture Europeo prosegua con una contrazione negativa. Pur non interrompendosi un generale trend negativo, Mazda – il mese scorso – ha registrato il più alto guadagno anno-su-anno rispetto a qualunque altro marchio di volume in Europa.

Le immatricolazioni di vetture Mazda sono salite rispetto a Maggio 2012 del 29.8% e cioè di 11.401 unità in un mercato vetture Europeo* ridotto del 5.9%, raggiungendo il suo livello più basso dal 1993. Considerando i dati a oggi, 61.160 nuove Mazda sono state immatricolate nei primi 5 mesi del 2013, il 6.9% in più rispetto allo stesso periodo del 2012. Per contro, il mercato globale in Europa è calato del 6.8%. La quota Mazda nel mercato Europeo è salita all'1.2% ad oggi, oltre due decimi rispetto all'anno precedente.

La forte crescita di Mazda è largamente attribuibile ai suoi modelli di nuova generazione: nuova Mazda6, l'ammiraglia della Compagnia, lanciata all'inizio del 2013, e Mazda CX-5, un SUV compatto introdotto nel 2012. Uno sguardo al più grande mercato Europeo conferma questa tesi: infatti, mentre il totale delle nuove immatricolazioni in Germania** è calato dell'8.8% ad oggi quest'anno, le vendite Tedesche di Mazda6 e CX-5 sono salite del 63% e del 118% anno-su-anno, rispettivamente, tra Gennaio e Maggio. Per quanto riguarda il singolo mese di Maggio, la crescita è stata del +321% e +74%. Insieme, questi due modelli

costituiscono circa la metà di tutte le nuove immatricolazioni Mazda in Germania ad oggi nel 2013.

La nuova generazione di modelli Mazda è dotata della gamma completa della tecnologia SKYACTIV abbinata al design mozzafiato “KODO – Soul of Motion”. Questi modelli segnano il raggiungimento di un nuovo livello nel “*Sustainable Zoom-Zoom*”, la strategia Mazda che si propone di produrre vetture senza compromessi che uniscono risparmi di carburante ai vertici della categoria e sostenibilità ambientale a prestazioni eccezionali, maneggevolezza e sicurezza. La riuscita combinazione dell'accattivante design KODO e della sensazione definita in Giapponese *Jinba Ittai* (cavallo e cavaliere come una cosa sola, come nella leggendaria roadster Mazda MX-5), ha consentito di aggiudicarsi numerosi riconoscimenti e successi nei test comparativi sia a Mazda6 che a CX-5.

“Il mercato Europeo dell’auto ha passato momenti difficili – per usare un eufemismo – ed è quindi davvero incoraggiante vedere che i nostri grandi sforzi ci hanno consentito di raggiungere ottimi risultati,” ha spiegato Phil J. Waring, Chief Operating Officer, di Mazda Motor Europe. “Mazda è tornata ad essere profittevole, ed i nuovi modelli SKYACTIV in arrivo ci aiuteranno ad incrementare ulteriormente le vendite ed a mantenerci su una base sostenibile”.

* Fonte per i dati Europei: ACEA (European Automobile Manufacturers Association), New Passenger Car Registrations, EU27 + EFTA, www.acea.be

** Fonte per i dati Tedeschi: KBA (Germany's Federal Motor Transport Authority), New Passenger Car Registrations: May 2013, www.kba.de

Mazda Corporation è stata fondata nel 1921, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 16 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 30_2013