



MAZDA INSIEME A TEDX ROMA: LE MIGLIORI IDEE DEL MEDITERRANEO SBARCANO NELLA CAPITALE.

Artisti, startupper, ricercatori, imprenditori provenienti da tutti i paesi del Mediterraneo si sono confrontati nel segno della tecnologia, dell'entertainment e del design.

Sabato 21 Marzo 2015 al Teatro Olimpico.

Roma – Ancora una volta Mazda ha trovato un partner con cui condivide la visione del presente e soprattutto del futuro: a fianco di TED per il convegno che si è svolto a Roma Sabato scorso, 21 Marzo.

TED è un'organizzazione no-profit votata alle «idee che meritano di essere diffuse» – «Ideas Worth preading». L'obiettivo del convegno organizzato da TED è quindi quello di diffondere idee che abbiano valore raccogliendo persone provenienti da tre mondi: Tecnologia, Entertainment, Design.

Nello spirito delle "idee che meritano di essere diffuse", TED ha lanciato il programma TEDx, che consiste in una serie di eventi locali organizzati in modo indipendente che si propongono di riunire il pubblico per vivere un'esperienza simile a quella che si sperimenta con TED.

Sotto il titolo di "Mediterranean Carrousel", denominazione dell'edizione 2015 della manifestazione, nel corso del convegno Artisti, startupper, ricercatori, imprenditori provenienti da tutti i paesi del Mediterraneo, si sono confrontati nel segno della tecnologia, dell'entertainment e del design.

Un carosello di idee nel segno della tecnologia, dell'entertainment e del design animato dalle menti più innovative del Mediterraneo riunite a Roma. Questo e molto altro è il TEDxRoma, giunto alla seconda edizione e organizzato in un'unica giornata come evento indipendente

Mazda Corporation è stata fondata nel 1920, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 13 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 12_2015



legato alla rete no profit TED, nata in America per favorire la circolazione di «idee che meritano di essere diffuse».

Nell'ambito di questo turbinio di idee, proposte e visioni non poteva mancare l'apporto di Mazda, pronta da sempre a sfidare le convenzioni e ad essere a fianco di chi non si arrende alle difficoltà e cerca nuove strade per fare le cose meglio e per fare del mondo un posto migliore.

I temi cardine del convegno sono quelli propri del mondo Mazda: Tecnologia, un ambito nel quale Mazda con la SKYACTIV TECHNOLOGY, vere soluzioni all'avanguardia, ha rivoluzionato le regole del gioco, dimostrando che si possono ottenere risultati entusiasmanti pur rimanendo fedeli ad un'architettura classica (motori a combustione interna e con frazionamento a quattro cilindri) ma totalmente rivista e portata al massimo livello possibile di sofisticazione tecnologica. Entertainment, presente a pieno titolo nello spirito Mazda che regala a chi si mette alla guida delle sue auto un'esperienza di divertimento e piacere di guida ineguagliabili e infine Design: il tema di design KODO – Soul of Motion anima e percorre tutte le vetture Mazda di nuova generazione.

Gli speaker di altissimo livello che si sono avvicendati sul palco del Teatro Olimpico di Roma sono stati invitati a raccontare le proprie idee e intuizioni, attraverso discorsi e presentazioni della durata massima di 18 minuti. Questi racconti di pensieri, idee, azioni, spunti di riflessione, di azione e di immaginazione rappresenteranno anche in futuro un "think tank" sul quale riflettere e lavorare.

Nel piazzale antistante il Teatro Olimpico Mazda ha regalato agli interessati – restando nel tema "Entertainment" -- la sua personalissima interpretazione di come si può far conoscere un'auto, in questo caso la nuova Mazda2, attraverso il richiamo ai valori sensoriali e alla pulizia delle forme tipiche giapponesi. La piccola ammiraglia sfida le convenzioni proponendosi al mercato con un innovativo approccio sensoriale.

Questo approccio di forte impatto e attrattiva, che è stato chiamato Sensational Experience, consentirà di visionare e conoscere la vettura in maniera assolutamente nuova. Il cliente verrà accompagnato attraverso un'esperienza sensoriale volta a far conoscere la Nuova Mazda2

Mazda Corporation è stata fondata nel 1920, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 13 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 12_2015



percependone gli spazi e la qualità, il feeling e le sensazioni “a pelle” ancora prima di poterla ammirare.

Il percorso sensoriale guidato che viene proposto al potenziale cliente (e che viene replicato in tutte le Concessionarie Mazda) coinvolge tutti e 5 i sensi e prevede che l’ospite Mazda venga bendato e che passi attraverso vari step:

- toccando prima la carrozzeria e poi gli interni della nuova Mazda2 (tatto)
- ascoltando i rumori di sottofondo legati a features di prodotto (udito)
- annusando l’aroma del the verde ai fiori di ciliegio – un rito, quello del thè ed una fragranza tradizionale tipica della cultura giapponese - contenuto in uno dei vani porta oggetti che, una volta aperto, pervaderà l’abitacolo (olfatto)
- apprezzando per finire, una volta tolta la benda, le peculiarità e le dotazioni di prodotto come, ad esempio, il design degli interni o il Head Up Display che costituiscono i punti di forza di Mazda2 (vista)

Un approccio che costituisce il miglior viatico per il lancio della Nuova Mazda2, una vettura che nel pieno rispetto del DNA del marchio, si presenta al pubblico Europeo con un cocktail dirimpante di prestazioni, stile, dotazioni da vettura di segmento superiore che promettono di cambiare le regole del gioco nell’affollato segmento B .

Che si tratti di vincere la 24 ore di Le Mans utilizzando una tecnologia diversa come quella di un motore rotativo Wankel o che si tratti di una prova prodotto di una nuova vettura, il leitmotiv seguito dalla casa di Hiroshima è quello che delinea da sempre i tratti distintivi del marchio: scegliere vie non convenzionali, applicare forme di pensiero laterale per risolvere i problemi, sfidare le convenzioni per migliorarsi sempre.

Mazda insieme a TEDx condivide l’approccio al presente e al futuro che potremmo chiamare “out of the box”, e quindi sfida alle convenzioni, supporto all’innovazione, volontà di non arrendersi mai, nella migliore tradizione del coraggioso popolo di Hiroshima.

Ancora una volta, sabato 21 marzo, si è celebrato lo spirito Challenger di Mazda che, insieme a TED, si propone di creare una comunità pronta a divulgare le azioni positive e costruttive presenti nel mondo. Una community speciale sempre in movimento.

Mazda Corporation è stata fondata nel 1920, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 13 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 12_2015