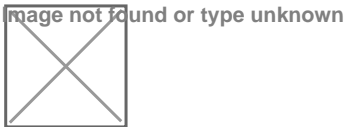


---

01/10/20 | EXPERIENCE

## **Audi se redefine de cara al futuro: Inicia una nueva campaña global de marca**

**Audi está redefiniendo su lema “Vorsprung durch Technik” y poniendo a las personas, con sus valores y sus necesidades, en el centro de la nueva estrategia de la marca. La sustentabilidad, la digitalización y el diseño siguen siendo los focos principales. La transformación hacia una movilidad Premium sustentable y digital se destaca en la nueva campaña global a través del #FutureIsAnAttitude. En este marco, la nueva identidad corporativa será exhibida para todo el mundo.**



“Al reorientar nuestra estrategia de marca, hacemos una redefinición contemporánea del lema ‘Vorsprung durch Technik’ y nos preparamos para el futuro, para una nueva era en el mundo del automóvil y para nuestros clientes”, declaró Henrik Wenders, Vicepresidente de Audi. “El objetivo es mejorar la vida de las personas a través de la tecnología y hacer una contribución a la sociedad. La ambición de Audi es dar forma al futuro de la movilidad Premium y crear experiencias fascinantes” añadió Wenders en sus declaraciones

Con su campaña global, Audi muestra el camino hacia un futuro eléctrico, digitalizado y emocional. Además de los modelos actuales como el Audi e-tron, también se presentan vehículos visionarios como el Audi AI:ME y el Audi Q4 Sportback e-tron concept, que representan la capacidad innovadora de la marca.

Los protagonistas de la campaña son empleados de Audi, que para la marca son la auténtica representación de la actitud de Audi. Bajo el enfoque comunicativo “El futuro es una actitud”, a partir de ahora Audi unifica sus actividades globales de marketing teniendo en cuenta los perfiles culturales específicos de cada país. “Vorsprung durch Technik” seguirá siendo el eslogan de la marca.

La campaña se llevará a cabo a través de todos los canales de comunicación, desde televisión hasta plataformas digitales. Los contenidos de la campaña pueden conocerse en [www.audi.com.ar](http://www.audi.com.ar). Paulatinamente se ofrecerán nuevas historias y experiencias a los usuarios.

En el marco de la nueva campaña de marca, será presentada, por primera vez a nivel mundial, la nueva identidad corporativa de la marca. Su nuevo diseño ha sido inspirado en la actitud vanguardista y Premium de Audi. Un estilo claro y simplificado que será evidente en el nuevo lenguaje visual.

