



24 de abril 2019

El T-Cross y Cara Delevingne son “#MoreThan1Thing”

- **Volkswagen inicia la campaña europea para el lanzamiento del T-Cross**
 - **Cara Delevingne es la imagen y el rostro de la nueva campaña**
 - **Se trata de una campaña publicitaria integrada de 360 grados con anuncios en televisión, prensa y vallas publicitarias, además de contenidos digitales y en redes sociales**
 - **Jürgen Stackmann, responsable de Ventas del Comité Ejecutivo: “Cara Delevingne y el T-Cross encajan a la perfección: dos perfiles polifacéticos, jóvenes, divertidos y versátiles”**
-

Wolfsburg – Para el lanzamiento al mercado del T-Cross, el nuevo SUV de Volkswagen en Europa, la compañía inicia una campaña integrada de 360º que incluye anuncios en televisión, en prensa escrita y en paneles publicitarios, así como contenidos digitales y para redes sociales. El rostro de la campaña del T-Cross es Cara Delevingne. El lema #MoreThan1Thing describe la versatilidad de ambos.

Para Jürgen Stackmann, responsable de Ventas, Marketing y Posventa del Comité Ejecutivo de la marca Volkswagen, la británica de 26 años es la elección perfecta para la campaña, por sus diferentes y variadas profesiones y pasiones: “Cara Delevingne y el T-Cross encajan a la perfección. Ambos son polifacéticos, jóvenes, divertidos y versátiles. Cara es la personificación del lema que hemos desarrollado para el T-Cross, ‘More than one thing’. Estoy muy satisfecho con esta colaboración”.

Cara Delevingne lleva casi una década entre las modelos, y también ha disfrutado del éxito como cantante, actriz, activista y empresaria. En su vida privada le gusta hacer surf, le apasiona tocar la batería y le encanta la fotografía. En la nueva campaña de Volkswagen, su versatilidad hace que el T-Cross sea su acompañante ideal, y ella presenta la naturaleza multifacética del vehículo de forma creativa y animada.

Sobre el T-Cross, Cara Delevingne afirma: “Creo que el T-Cross refleja mi personalidad, en el sentido de que es divertido, joven, diverso, versátil y puede ir de un sitio a otro tan rápido como lo necesites... Es rápido y elegante ... Lo tiene todo”.



El nuevo T-Cross es la última incorporación a la familia SUV de Volkswagen. Desde su estreno mundial, el pasado otoño, ha completado la gama SUV de la marca en el segmento de los vehículos pequeños. Con su marcado estilo, practicidad, flexibilidad, conectividad y economía, el crossover urbano abre nuevos caminos en su clase en muchos aspectos. Esta versatilidad es el foco principal de la campaña de 360 grados bajo la etiqueta #MoreThan1Thing. La campaña ha sido creada y está siendo implementada por las agencias DDB Berlin, DDB Hamburg y adam&eve/DDB London.

El spot de televisión se verá en toda Europa a partir del 26 de abril. Algunos contenidos seleccionados de la campaña ya se pueden encontrar en los sitios web de Volkswagen en ciertos mercados.

Sobre la marca Volkswagen:

La marca Volkswagen Turismos está presente en más de 150 mercados en todo el mundo y produce vehículos en más de 50 localizaciones de 14 países. En 2017, Volkswagen entregó 6,24 millones de vehículos, incluyendo modelos superventas como el Golf, el Tiguan, el Jetta o el Passat. Actualmente, 195.878 personas trabajan para Volkswagen alrededor del mundo. La marca también tiene más de 10.000 concesionarios con 86.000 trabajadores. Volkswagen avanza de forma consistente en el desarrollo de la producción automovilística. La movilidad eléctrica, la movilidad inteligente y la transformación digital de la marca son los puntos estratégicos clave para el futuro.
