



## Volkswagen presenta el nuevo Golf en París

- 22 vehículos expuestos en el stand de 2.763 m<sup>2</sup>
- La arquitectura del stand refleja los elementos más llamativos del diseño del nuevo Golf
- Especial énfasis en la comunicación y la interacción

El stand de Volkswagen en el Salón del Automóvil de París centrará todas las miradas en el nuevo Golf. El stand, bautizado “Volkswagen Hyperdrive”, actúa como un gran escenario interactivo con proyecciones de vídeo, pantallas luminosas y una gran interacción con los visitantes para que vivan la nueva experiencia Golf. Además del nuevo modelo, que se exhibirá en diferentes líneas de equipamiento, Volkswagen presenta otras novedades como varias versiones del up!, el CC, el Beetle y algunas versiones R-Line.

“Nuestro stand en el Salón del Automóvil de París tiene un gran componente emocional y está centrado en el visitante, y además ofrece el entorno óptimo para exhibir el nuevo Golf”, afirma Giovanni Perosino, Director de Marketing y Comunicación de la marca Volkswagen. “Para conseguirlo, hemos vuelto a romper moldes en términos de arquitectura del stand, modelos exhibidos y comunicación”.

La estructura tridimensional del “Hyperdrive” tiene 90 metros de longitud y tiene una superficie de 998 m<sup>2</sup>; la zona de visitantes dentro de esta estructura adopta la temática de las diferentes fases de la campaña de marketing. Los visitantes son recibidos al stand con un típico pastelito “macaron” francés, para luego acceder a la sección “Onething”, donde pueden encontrar más cosas acerca de las siete preguntas personales que protagonizan la primera parte de la campaña del Golf. Posteriormente, se trasladan a la “Excitement Zone”, que ofrece un espectacular vídeo sobre el Golf.

La “Feature Lab”, una zona interactiva de 30 metros que combina la presentación real y la multimedia del vehículo, es donde se encuentra el corazón del espectáculo de la exhibición. Una tecnología de radar láser similar a una tableta PC gigante permite a los visitantes disfrutar de su experiencia personal con las innovaciones del producto. La zona final, dedicada a la tecnología y llamada “Innovation Cell”, introduce a los visitantes a la sostenibilidad, tecnologías e innovaciones de Volkswagen.

En términos de arquitectura, Volkswagen Hyperdrive adopta los elementos de diseño típicos del nuevo Golf, como la prominente línea tornado, la llamativa tapa del depósito de combustible y los pilares A y C. “El diseño icónico y clásico del nuevo Golf ha inspirado a la arquitectura del Hyperdrive”, explica Perosino.

Los constructores del stand han utilizado más de 100 kilómetros de cable y han montado 138 toneladas de acero. Para que esto fuera posible se han necesitado un total de 125 camiones de carga.

**Información sobre el stand de Volkswagen:**

- Localización: Paris EXPO, pabellón 4.0
- Superficie: 2.763 m<sup>2</sup>
- Dimensiones: 84,5 m de longitud x 32,5 m de amplitud
- Inicio de la construcción: 11 de septiembre de 2012
- Duración: 16 días
- Fin de la construcción: 26 de septiembre de 2012
- Tiempo de producción: 9 semanas
- Superficie adjunta: 4.134 m<sup>2</sup>
- Superficie de suelo: 1.100 m<sup>2</sup>
- Tiempo de planificación: 9 meses
- Arquitectos/diseñadores: 7
- Elementos arquitectónicos destacados: Hyperdrive
- Número total de luces: 896
- Vehículos y actividades de conducción: 14 (rueda de prensa), 22 (2º día de prensa y días abierto al público)
- Personal de catering: 30 personas de servicio, 6 técnicos logísticos, 9 chefs
- Número de azafatos/as: 180 en dos grupos de formación