



Campagne « Mazda Drives : The Sound Of Tomorrow »

- En 2016, Mazda s'associe une nouvelle fois au festival Tomorrowland en tant que partenaire automobile exclusif
- Le constructeur organise un concours de DJ qui offrira la chance aux participants de jouer sur la scène Mazda lors de ce festival d'été
- Lost Frequencies interviendra en tant qu'ambassadeur de la marque et membre du jury du concours de DJ de Mazda

• Barcelone / Leverkusen, 10 mars 2016. S'efforçant comme à son habitude d'offrir des expériences à nulles autres pareilles, tant à bord de ses véhicules que partout ailleurs, Mazda vient de lancer officiellement aujourd'hui sa campagne « Mazda Drives : The Sound Of Tomorrow », dont le point d'orgue sera un concours de DJ totalement exclusif.

Le concours de DJ « Sound of Tomorrow » organisé par Mazda, susceptible de révéler les futurs grands talents de la dance music, a été annoncé aujourd'hui à l'occasion d'une conférence de presse qui s'est tenue à l'espace Mazda de Barcelone. Mazda s'est également engagé à apporter son soutien à l'édition 2016 du festival Tomorrowland en tant que partenaire automobile exclusif pour la deuxième année consécutive. Tomorrowland est l'un des plus importants festivals de musique au monde.

Les artistes de toute l'Europe souhaitant participer à ce concours pourront télécharger leur mix de 15 à 30 minutes (avec le hashtag #MazdaSounds) sur la plate-forme de streaming musical et de médias sociaux Mixcloud entre le 25 mars et le 1er mai prochains (www.mixcloud.com/competitions/mazdasounds/). Une liste de 50 présélectionnés sera établie en fonction de différents critères tels que le nombre d'écoutes, reposts et favoris, ou encore le talent et la créativité des candidats. Le jury de ce concours, composé de représentants du festival Tomorrowland et de Mazda, aux côtés de DJ vedettes tels que l'artiste belge Lost Frequencies, élira ensuite les 20 finalistes qui participeront au « #MazdaSounds Live Showdown » le 11 juin prochain à l'espace Mazda. Les six premiers du concours se verront offrir la possibilité de se produire pendant 60 minutes sur la scène du « Mazda Sound Of Tomorrow Island » au festival Tomorrowland 2016.

Felix De Laet, alias Lost Frequencies, est l'ambassadeur de la marque pour sa campagne « Mazda Drives : The Sound Of Tomorrow ». Réputé et respecté pour son talent créatif dans le monde de la dance music, Lost Frequencies a signé deux énormes tubes internationaux ces deux dernières années. Outre son rôle de juré dans ce concours de DJ, il jouera les mentors auprès des finalistes qui participeront au festival Tomorrowland en juin.

Hormis son esprit résolument ouvert et visionnaire, Mazda partage avec le festival Tomorrowland sa passion de l'innovation qui vise sans cesse à sublimer les expériences vécues par les individus tout en améliorant le rapport qu'ils entretiennent avec leur véhicule et ce, en créant un univers qui englobe et enrichit leur vie. Cela s'applique aux véhicules Mazda qui allient design et technologie afin de garantir à leur conducteur une expérience exaltante et enrichissante, ainsi qu'à l'espace Mazda, conçu comme un forum dédié au changement positif permettant de mettre en contact des personnes de tous horizons. Le festival Tomorrowland véhicule, lui aussi, un style de vie et des émotions qui transcendent l'ordinaire. Toujours en quête de sens et de nouvelles inspirations, ce festival, créé en 2005, est devenu le plus grand événement musical au monde (sacré meilleur événement musical aux « International Dance Music Awards » ces quatre dernières années). Baptisé « The Elixir of Life » (l'élixir de vie), le festival Tomorrowland 2016 se déroulera du 22 au 24 juillet prochains à Boom en Belgique. L'édition de cette année a affiché complet dès la mise en vente des places ou presque.

#MazdaSounds

COMMUNIQUE DE PRESSE

Mazda Automobiles France



###

A propos de Mazda

Mazda Motor Corporation est un des principaux constructeurs automobiles japonais avec une production de 1.3 million de voitures par an. L'entreprise a été fondée en 1920 et son siège social se situe à Hiroshima au Japon où la marque dispose de 3 sites de production. La recherche et le développement occupent une place prépondérante chez Mazda avec 5 centres dédiés dans le monde. L'innovation est au cœur de la stratégie de l'entreprise, cela a permis à Mazda de remporter les 24 heures du Mans en 1991 avec une voiture à moteur rotatif ou, plus récemment, de développer les Technologies Skyactiv qui équipent dorénavant tous les nouveaux modèles Mazda. La marque est présente dans 130 pays et compte 38.117 employés. Mazda Automobiles France compte 50 collaborateurs et un réseau de 105 concessionnaires.

ZOOM-ZOOM