



Ford z zapalem angażuje się w rozwój przyszłości elektryfikacji z nowym hasłem „Bring on Tomorrow”, na pierwszym miejscu stawiając klientów.

WARSZAWA, 29 stycznia 2020 roku - Ford sygnalizuje znaczącą zmianę w europejskiej gamie samochodów osobowych dzięki nowej, odważnej kampanii pod nazwą „Bring on Tomorrow”.

Ford zobowiązuje się do przecierania szlaków w epoce transformacji przemysłu motoryzacyjnego i dostarczy klientom do końca 2020 roku 14 zelektryfikowanych pojazdów. Obiecuje także elektryczne napędy dla gamy wszystkich pojazdów osobowych, które będą wchodzić na rynek.

– Ten nowy kierunek to dla marki znacznie więcej, niż kampania marketingowa. Dla pracowników Forda to nowe, pionierskie podejście, będące odzwierciedleniem szybkiego tempa naszych czasów i pokazujące pozycję Forda na czele przemian – powiedział Anthony Ireson, dyrektor ds. komunikacji marketingowej, Ford Europe. – Mamy gamę bardzo wyrazistych produktów, bogatych w innowacje i nowe rozwiązania techniczne, które pokochają nasi klienci. Przewodzi pod tym względem znakomity Mustang Mach-E.

Dostępny w [przedsprzedaży](#) na wybranych Europejskich rynkach, stworzony od podstaw, w pełni elektryczny Mustang Mach-E został zaprezentowany w [pierwszej telewizyjnej reklamie serii „Bring on Tomorrow”](#) – zmieniając wyobrażenie na temat Mustanga, jako symbolu wolności, postępu, wysokich osiągnięć i odrobiny buntu, a teraz będącego uosobieniem elektrycznej przyszłości Forda.

[Druga reklama telewizyjna](#) zadebiutowała niedawno we Włoszech, a następnie w całej Europie, będzie emitowana w pierwszym kwartale tego roku i przedstawia crossovera Ford Puma, oferującego zaawansowany, oszczędny układ miękkiej hybrydy i przyciągające spojrzenia nadwozie.

Trzecia reklama telewizyjna, która pojawi się w kwietniu, będzie skupiona na zupełnie nowym SUV-ie, Kuga – najbardziej zelektryfikowanym pojeździe Forda, oferowanym w 2020 roku w wersjach: z miękką hybrydą, pełną hybrydą oraz w hybrydowej plug-in. We wszystkich trzech reklamach wykorzystano utwór „Power” Kanye’go Westa, wybrany ze względu na swoją energię i prostotę, a także liryczne motywy na temat pewności siebie, determinacji i nowoczesności.

Podkreślające postępowego ducha Forda i zaangażowanie firmy w rozwijanie napędów elektrycznych, wszystkie telewizyjne reklamy zostały wyprodukowane przez AMV BBDO i wyreżyserowane przez Nicolaia Fuglsiga, który zdobył ponad 175 wyróżnień za komercyjną pracę reżyserską, w tym 4 nominacje do nagrody Emmy oraz nagrodę za całokształt twórczości w 2013 roku. Jest autorem takich reklamowych produkcji jak: „Balls” dla Sony, „Sapeurs” dla Guinnessa i „Possibilities” dla Nike.

#

- Ford Puma EcoBoost Hybrid – emisja CO₂ od 96 g/km, zużycie paliwa od 4,2 l/100 km NEDC
- Ford Kuga Plug-In Hybrid – emisja CO₂ od 26 g/km, zużycie paliwa od 1,2 l/100 km NEDC
- Ford Transit EcoBlue Hybrid – emisja CO₂ od 111 g/km, zużycie paliwa od 4,3 l/100 km NEDC
- Mustang Mach-E i Kuga Hybrid – oficjalne dane homologacyjne dotyczące zużycia paliwa i emisji CO₂ zostaną podane przed rozpoczęciem sprzedaży.

Deklarowane zużycie paliwa/zużycie energii, emisja CO₂ i zasięg napędu elektrycznego mierzone są zgodnie z wymaganiami i specyfikacjami technicznymi regulaminów europejskich (WE) 715/2007 i (WE) 2017/1151 w aktualnym brzmieniu. Pojazdy dopuszczone do ruchu jako lekkie pojazdy dostawcze, które uzyskały homologację zgodną ze procedurą WLTP (Światową Zharmonizowaną Procedurą Testowania Pojazdów Lekkich), będą opatrzone informacjami na temat zużycia paliwa/energii i emisji CO₂ według obu cykli: NEDC (Nowego Europejskiego Cyklu Jazdy) i WLTP. WLTP w pełni zastąpi NEDC najpóźniej do końca 2020 roku. Przyjęta obecnie procedura testowa pozwala na porównanie wyników uzyskanych przez różne typy pojazdów oraz różnych producentów. W okresie przejściowym odchodzenia od pomiarów w cyklu NEDC, zużycie paliwa i emisja CO₂ są podawane zarówno w cyklu NEDC, jak i WLTP. Należy pamiętać, że nieuchronnie wystąpią różnice wyników otrzymanych według starej i nowej procedury testowej, zarówno co do zużycia paliwa, jak emisji CO₂, ponieważ niektóre elementy testu uległy zmianie. Na przykład ten sam samochód może mieć inne zużycie paliwa i emisję CO₂ mierzone według NEDC oraz WLTP.

O Ford Motor Company

Ford Motor Company z centralą w Dearborn w stanie Michigan w USA jest globalną marką oferującą samochody i usługi mobilne. *Firma zatrudnia około 191 tys. pracowników w zakładach na całym świecie, zajmując się projektowaniem, produkcją, marketingiem, finansowaniem i serwisowaniem całej gamy samochodów osobowych, użytkowych oraz SUV-ów marki Ford i luksusowej marki Lincoln. Rozszerzając swoją działalność, Ford intensywnie pracuje i inwestuje w elektryfikację pojazdów, systemy autonomicznej jazdy i rozwój mobilności. Firma świadczy usługi finansowe za pośrednictwem Ford Motor Credit Company. Więcej informacji na temat Forda, produktów firmy oraz oddziału Ford Motor Credit Company na stronie www.corporate.ford.com.*

Ford of Europe wytwarza, sprzedaje i serwisuje pojazdy marki Ford na 50 indywidualnych rynkach, zatrudniając około 47 tys. pracowników we własnych oddziałach i łącznie około 62 tys. osób, po uwzględnieniu spółek typu joint venture oraz działalności nieskonsolidowanej. Oprócz spółki Ford Motor Credit Company, usługi firmy Ford of Europe obejmują dział Ford Customer Service Division oraz 19 oddziałów produkcyjnych (12 spółek całkowicie zależnych lub skonsolidowanych typu joint venture oraz 7 nieskonsolidowanych typu joint venture). Pierwsze samochody marki Ford dotarły do Europy w 1903 roku – w tym samym roku powstała firma Ford Motor Company. Produkcja w Europie ruszyła w roku 1911.

Kontakt: Mariusz Jasiński
Ford Polska Sp. z o.o.
(22) 6086815
mjasinsk@ford.com