



Vehículos  
Comerciales

---

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 • пpecca •

---

## **La familia y el nuevo Caravelle, protagonistas de la última entrega de la campaña “Fieles al Original”**

**El nuevo Caravelle se convierte en el mejor aliado de las familias numerosas gracias a un nivel de habitabilidad, confort y calidad único en su segmento**

**La marca continúa proponiendo soluciones para cubrir las necesidades de los distintos colectivos de clientes**

**Con el nuevo capítulo de “Fieles al Original” Volkswagen sortea 3 fines de semana a bordo del Caravelle con visita a un parque temático incluida**

**Madrid, 15 de abril de 2016 – Tras el éxito de las anteriores entregas, Volkswagen Vehículos Comerciales presenta un nuevo capítulo de la campaña “Fieles al Original”. Un homenaje a la familia con el sello de identidad de la marca, en el que destaca la versatilidad del nuevo Caravelle, así como su excelente habitabilidad, seguridad y confort. En esta nueva entrega, como ya demostró en los anteriores capítulos, la marca es capaz de transmitir la esencia del original, del mítico Bulli, rescatando una vez más el legado emocional que acompaña a los modelos de la marca.**

Viajar en familia trae consigo una serie de requisitos que no todos los vehículos pueden cumplir. Por un lado, la seguridad y el confort a bordo son fundamentales para que todos los miembros de la familia tengan un viaje agradable. Por otro lado, la capacidad de carga y la versatilidad son igualmente imprescindibles para sacarle el máximo partido al vehículo y viajar con todo lo necesario sin perder un ápice de comodidad. El nuevo Volkswagen Caravelle, con hasta nueve plazas, reúne todas estas características además de un completo equipamiento que le convierten en la mejor opción de movilidad, tanto para el día a día como para disfrutar de un viaje en familia.

Con esta nueva entrega de “Fieles al Original” Volkswagen Vehículos Comerciales vuelve a apostar por la emoción y la cotidianidad, acercando la marca y su producto a través de un divertido vídeo en el que la vida en familia es el hilo conductor. Esta nueva entrega, bajo el claim “Familiarízate”, se suma al éxito de capítulos anteriores, que obtuvieron una notable repercusión a nivel de visualizaciones, y en los que se hacía hincapié en otros valores de la marca como la libertad, la innovación o la fidelidad a una filosofía de vida y trabajo. Mensajeros, transportistas, amantes del deporte y el aire libre... Todos han sido protagonistas de la campaña “Fieles al Original”, que pone de manifiesto la versatilidad de la marca para adaptarse a los diferentes tipos de clientes.

“Nuestro objetivo es poder llegar a todos los colectivos y clientes con productos específicos que cubran sus necesidades reales, pero aportando emoción a todo el proceso de compra. La campaña “Fieles al Original” nos ayuda a dirigirnos a nuestros clientes de una forma diferente. Contamos con una de las gamas de vehículos más completas del mercado, pero además somos una marca con un largo recorrido y con un alto nivel de deseabilidad que nos permiten utilizar un lenguaje más cercano. La nueva gama T6 es un buen ejemplo de ello”, explica Alex García, director de Marketing de Volkswagen Vehículos Comerciales.

En esta ocasión, el protagonista es el Caravelle y su idoneidad para aquellas familias que precisan de un vehículo de dimensiones generosas, con el número de plazas y el nivel de equipamiento suficientes para gozar de trayectos cómodos y seguros. Con esta premisa, Volkswagen lanzó a principios de este año, las versiones Trendline y Premium del Caravelle, poniendo una vez más de manifiesto su vocación de vehículo familiar, orientado al servicio de transporte de personas, siempre ofreciendo el mayor confort y calidad de su segmento.

El acabado Trendline ofrece una excelente relación calidad-precio y sorprende con un completo equipamiento. Además, cuenta con una enorme versatilidad en la configuración del habitáculo, ya que sus 8 plazas de serie pueden convertirse opcionalmente en 5, 6, 7 o incluso 9, ofreciendo dos tipos de batallas (4.904 y 5.304 mm). El equipamiento incluye elementos destacados como la Radio CD Composition Color con pantalla táctil de 5 pulgadas, el Display Multifunción, el aire acondicionado Climatic, los faros antiniebla con luz de giro, el Freno Multicolisión, el Detector de Fatiga y el volante acabado en cuero, entre otros.

Por su parte, el Caravelle Premium se dirige a aquellos clientes con un nivel más alto de exigencia en sus necesidades de transporte, ya sea para una familia numerosa o para empresas que utilizan vehículos de representación o transporte. Este acabado incluye el paquete de Luz y Visión, los faros antiniebla con luz de giro, el control de velocidad Tempomat, la Radio CD Composition Media de 6,33 pulgadas, el sistema Climatronic de 3 zonas y el Display Multifunción Plus.

Con motivo del estreno del nuevo vídeo de “Fieles al Original”, Volkswagen Vehículos Comerciales ha puesto en marcha un nuevo concurso en la web [www.fielesaloriginal.es](http://www.fielesaloriginal.es). En esta ocasión la marca sortea entre los participantes 3 fines de semana a bordo del nuevo Caravelle que incluyen 5 entradas para visitar un parque temático a elegir entre 24 opciones repartidas por la geografía española.

## **Enlaces de interés**

[Web Fieles al Original](http://www.fielesaloriginal.es)

[Página de Facebook de Volkswagen España](#)

## **Para más información:**

### **Dirección de Comunicación y Relaciones Externas**

#### **Volkswagen-Audi España**

Tel: +34 91 348 86 00

Directora de Comunicación. Eva Vicente, e-mail: [eva.vicente@vw-audi.es](mailto:eva.vicente@vw-audi.es)

Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa de Volkswagen. Ana Rivas, e-mail: [rivas2@vw-audi.es](mailto:rivas2@vw-audi.es) Tel: + 34 91 348 86 36