



4 de julio de 2017

Golf GTI: cómo se construye un mito

- Desde que nació hace más de 40 años, el Golf GTI ha sido objeto de deseo para varias generaciones de conductores
 - Pedro Fondevilla, director de Marketing de Volkswagen: "Con el GTI, Volkswagen democratizó la deportividad, creando un modelo de altas prestaciones al que podía acceder el gran público"
-

Miles de aficionados volverán a reunirse el próximo 8 de Julio en el circuito madrileño del Jarama para rendir homenaje a uno de los modelos más icónicos de la historia del automóvil. En la primera edición, más de 6.500 fans y cerca de 1.500 unidades de las siete generaciones del mítico modelo se dieron cita en el GTI Day.

¿Cómo se convierte un objeto en icono? Los expertos coinciden en que no existe una receta que garantice el éxito, sin embargo, en todos los productos que consiguen diferenciarse y se convierten en objetos de referencia hay dos atributos que destacan y conviven: pasión y deseabilidad. El consumidor es por tanto quien tiene la última palabra. Es él quien encumbra un producto y, su fidelidad, lo que le convierte en icono.

Da igual que hablemos de smartphones, gafas o zapatillas deportivas. El consumidor decide qué productos le acompañarán a lo largo de su vida.

Para Blanca Fullana, consultora y doctora de la Universidad Pompeu Fabra experta en marca: "las marcas-producto que alcanzan la categoría de mito presentan sin duda atributos excepcionales y diferenciales clásicos del marketing, como la fiabilidad o el diseño, pero se convierten en objetos capaces de sobrevivir a su tiempo, cuando además consiguen ser identificados y asimismo identificarse con los valores culturales y sociales de la comunidad de su entorno".

Una leyenda

Pedro Fondevilla, director de Marketing de Volkswagen España, explica: "La llegada del Golf GTI en 1976 hizo que muchas personas cumplieren un sueño: conducir un modelo deportivo, algo que hasta entonces estaba al alcance de unos pocos privilegiados." Estaba previsto que se fabricaran 5.000 unidades del primer Golf GTI. Al final, de esa primera generación se

Contacto

Dirección de Comunicación y Relaciones Externas
+34 91 348 86 00

Eva Vicente
Directora de Comunicación
eva.vicente@volkswagen.es

Ana Rivas
Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa Volkswagen
Tel: +34 91 348 86 36
ana.rivas@volkswagen.es



Más información:
<http://comunicacion.volkswagen.es>



vendieron 662.000 unidades, y desde entonces 2 millones de GTI surcan las carreteras.

“Con el GTI, Volkswagen democratizó la deportividad, creando un modelo de altas prestaciones al que podía acceder el gran público. Hoy las siglas GTI son sinónimo de deportividad, de éxito y de vanguardia, pero también de emoción y esto es algo que debemos agradecer a los miles de fans que cada día hacen más grande esta leyenda”, comenta Pedro Fondevilla.

Blanca Fullana añade, “la fórmula del éxito radica en la comunicación activa de la identidad y los valores asociados a la marca más que en la proyección concreta de una imagen atractiva. Son marcas que desde su lanzamiento representan un activo de conocimiento e innovación y que destacan por su capacidad de fomentar, influir, facilitar o simplemente simbolizar algunos de los cambios más significativos que ocurren a lo largo de una o varias generaciones”.

El Golf GTI es diferente, y por eso los dueños de cada una de estas obras de arte e ingeniería cuidan y aman sus coches hasta el punto de que, según una encuesta realizada entre propietarios de este icono, si pudieran, tendrían una unidad de cada generación.

Icono del automóvil

Creado en 1976 tras dos años de intenso trabajo por parte de un grupo de ingenieros, el GTI se ha desarrollado y perfeccionado durante siete generaciones, adaptándose a los tiempos, pero manteniendo siempre su espíritu y características principales: ofrecer las capacidades de un coche deportivo en el entorno confortable y utilitario de un turismo.

Sin saberlo, aquel grupo de ingenieros creó a finales de los años setenta un verdadero icono: un vehículo que revolucionó la industria de los coches compactos y los deportivos de lujo.

La primera generación del modelo contaba con un motor de 110 CV (81 kW) y era capaz de alcanzar una velocidad máxima de 182 km/h, mientras que el GTI actual incorpora un motor 2.0 TSI y se presenta en dos versiones diferentes: de 230 caballos (169 kW), y la versión Performance, de 245 caballos (180 kW). Más allá de la renovación del GTI, sin embargo, destaca la cantidad de coleccionistas que atesoran y confían en los primeros modelos del GTI, que les han acompañado durante más de 40 años, poniendo de manifiesto su fiabilidad y durabilidad.

Press Information



Volkswagen

Tras 41 años de historia, el Golf GTI se mantiene como uno de los automóviles más deseados de Volkswagen, y uno de los que cuenta con una comunidad más amplia de fans y seguidores que confían en sus prestaciones. Muestra de ello es la concentración GTI Day, que se ha convertido en la mayor concentración de fans de este modelo en España.