



Press Information

VPR06-014

2006年3月23日(木)

フォルクスワーゲン グループ ジャパン 株式会社

The Art of Passat-ism

● 「高価より真価」

先代モデルよりもゆったりとしたサイズとコンフォート志向で生まれ変わった、6世代目のフォルクスワーゲン新型「パサート」。フォルクスワーゲンはこの新型でも、歴代受け継がれてきた「パサート」の個性を大切にしました。つまり、お客様が「クルマにライフスタイルを合わせる」のではなく、「クルマがお客様のライフスタイルに合わせる」ということです。このような「クルマと人との関係を提案できるブランド」フォルクスワーゲンは、既存のヒエラルキーに囚われず、お客様の社会的地位や年齢、年収、国境を超えて幅広く支持されてきました。こうしたフォルクスワーゲンのDNAを受け継いだ「パサート」は、今までよりも上級にはなりませんが、敢えて「高級」であろうとはしないのです。

● “The Art of Passat-ism

New Passat meets Contemporary Art in Marunouchi 2006”

「クラスレス」ブランド。フォルクスワーゲンは、新型「パサート」「パサート ヴァリアント」の日本上陸を機に東京丸の内エリアを舞台にイベントを展開します。「パサート」「パサート ヴァリアント」は、中国、韓国、日本、そして、フォルクスワーゲンの故郷ドイツから若いアーティスト11名による作品とともに、3月31日(金)～4月10日(月)迄の間、さまざまなパブリックスペースに登場し、金融やビジネスの中心である街、丸の内エリアに新風を吹き込みます。

「クラスレス」や「解放」をテーマにする、このインタラクティブアート イベントでぜひ多くの皆様方に、「The Art of Passat-ism」を体感していただきたく思います。

参加アーティスト：片山雅史、八谷和彦、平川紀道、Wenda Gu (中国)、Yongbaek Lee (韓国)、中村元、Julian Rosefeldt (ドイツ)、沖啓介、Keunbyung Yook (韓国)、タムラサトル、祐成政徳

● 広告展開

全国の新型「パサート」の広告キャンペーンは、この丸の内エリアにおけるアート イベントを皮切りに、3月31日から東京駅構内で始まり、4月10日からは、TV CM もオンエアされます。

「高価より真価」をテーマにしたこの広告キャンペーンでは、違いのわかる玄人「connaissanceur : コネッサー」であれば、美味しいワインのボトルにラベルが無くてもその物の良さが分かる、という構成からなっており、「パサート」をお求めになるお客様も同様に、物事の“本質”をよく理解されている「connaissanceur」のようだ、というメッセージを発信してまいります。

● パサート専用 HP

新型「パサート」及びアート イベント等、「Passat-ism」の詳細はwww.Passat-ism.jpをご参照下さい。