



Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 86 11 / 12

E-mail: gonzalm2@vw-audi.es

E-mail: alejandro.martinalonso@vw-audi.es

<http://prensa.audi.es>

Más de 200 equipos participarán en la primera edición del Audi Creativity Challenge

- **Un total de 235 equipos integrados por 705 alumnos de ESO, Bachillerato y FP participarán en la primera edición del Audi Creativity Challenge.**
- **Competición que fomenta el pensamiento innovador y las ideas creativas entre los adolescentes.**
- **Los participantes deberán proponer soluciones al desafío que supone mejorar la movilidad del futuro en nuestras ciudades.**

Madrid, 18 de abril de 2016 – Audi pone en marcha el Audi Creative Challenge, una competición destinada a fomentar el pensamiento innovador entre los adolescentes y promover las ideas creativas con el objeto de ofrecer soluciones a retos de nuestra sociedad. Para esta primera edición se han inscrito un total de 235 equipos, integrados por 705 alumnos de ESO, Bachillerato y FP. El equipo ganador realizará un exclusivo curso de creatividad en Silicon Valley.

En esta primera edición del Audi Creative Challenge, los equipos y alumnos participantes deberán proponer soluciones al reto de cómo mejorar la movilidad del futuro en nuestras ciudades, superando cada una de las cuatro fases de que consta esta competición. Para conseguirlo, a través de la plataforma digital www.audicrea.com irán recibiendo diferentes materiales educativos y contarán también con el apoyo de una app ideada para hacer aún más atractivo el reto al que se enfrentan y estimular su avance en la competición.

Tras la superación de las cuatro fases de clasificación, el próximo mes de mayo se elegirán 10 equipos finalistas, los cuales deberán presentar sus ideas ante un jurado compuesto por expertos de la educación, la creatividad y la innovación en un gran evento público que se celebrará en junio en Madrid.

El premio para equipo ganador de esa final consistirá en la realización de un exclusivo curso de creatividad durante todo el mes de julio en Silicon Valley, cuna de la innovación y la tecnología a nivel mundial, y donde podrá desarrollar con más profundidad el proyecto ganador. Además, el equipo ganador tendrá también la oportunidad de conocer y trabajar con los expertos de empresas tan representativas de Silicon Valley como Facebook, Twitter, Google, Ebay o Dropbox. Al regresar a España, la propuesta ganadora se presentará a diferentes partners y posibles inversores con el objeto de intentar implementar su solución al reto planteado por el Audi Creativity Challenge.

El nuevo compromiso social de Audi

El Audi Creativity Challenge es el nuevo proyecto educativo y social de **Audi**, creado con el objetivo de potenciar el valor de las ideas creativas y fomentar actitudes innovadoras entre los más jóvenes de nuestro país.

Los materiales educativos que ofrece el Audi Creativity Challenge a sus participantes están basados en el Método Lombard de la Fundación Imagine, el partner educativo de esta nueva iniciativa de Audi. Se trata de un método que ayudará a los participantes a identificar y poner en valor su potencial creativo, aprender cómo funciona el proceso creativo y entrenar sus capacidades para innovar y comunicar.

Después de 15 años trabajando en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa con su programa Audi Attitudes sobre movilidad segura y responsable, con el Audi Creativity Challenge la marca quiere redirigir su compromiso social hacia un ámbito más actual y orientar sus esfuerzos al área de la innovación social a través de la promoción de una cultura creativa entre los más jóvenes.

–Fin–

Información y fotos en las websites de prensa de Audi <http://prensa.audi.es> o en <https://www.audi-mediacycenter.com>

El Grupo Audi, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 16 plantas distribuidas en doce países. En el segundo semestre de 2016, Audi iniciará la producción del Q5 en San José Chiapa (México). Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen quattro GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna, Italia).

En 2015, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,8 millones de automóviles de la marca Audi, así como 3.245 deportivos de la marca Lamborghini y aproximadamente 54.800 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2015, AUDI AG alcanzó una facturación de 58.420 millones de euros, con un beneficio operativo de 4.836 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 85.000 trabajadores aproximadamente, 60.000 de ellos en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.