



Innovar en el ámbito de lo social, el reto de la octava edición del Audi Creativity Challenge

- **La iniciativa social y educativa de Audi que impulsa la creatividad y la innovación entre los adolescentes convoca su octava edición**
- **Más de 2.500 equipos y 7.500 estudiantes de ESO, Bachillerato y CFGM han participado en sus siete ediciones anteriores**
- **Audi Creativity Challenge estrena nueva imagen corporativa, con una imagen más moderna, dinámica y digital**

Madrid, 11 de noviembre, 2022 – El Audi Creativity Challenge lanza la convocatoria para participar en su octava edición, que coincidirá con el curso escolar 2022-2023. Los participantes deberán responder al reto de cómo innovar en el ámbito de lo social para mejorar el bienestar de las personas y su entorno. Coincidiendo con esta edición, la iniciativa social y educativa de Audi España también estrena una nueva identidad corporativa, en línea con la imagen dinámica y digital de la marca a nivel internacional.

El Audi Creativity Challenge (ACC), la iniciativa social y educativa de Audi España, lanza la convocatoria para participar en su octava edición, que coincidirá con el curso escolar 2022-2023. En esta ocasión, el reto al que deberán plantear soluciones los equipos de estudiantes de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio participantes es: ¿cómo innovar en el ámbito de lo social para mejorar el bienestar de las personas y su entorno?

Con este planteamiento, Audi Creativity Challenge propone un desafío que ayude a generar conciencia entre los más jóvenes, buscando ideas disruptivas que se transformen en proyectos para promover valores sociales y dar respuesta a interrogantes actuales como el reciclaje y el consumo responsable, la pobreza alimentaria y energética de muchas familias, la contaminación de nuestros mares, la inclusión social o laboral de personas con capacidades múltiples, la calidad de vida de las personas mayores, el respeto a la diversidad, la violencia de género, el acoso escolar o la batalla contra el cambio climático.

Inscripción abierta para la octava edición del ACC

Los centros educativos o cualquier persona interesada en inscribir equipos ya pueden formalizar su inscripción en www.audicrea.com, la plataforma digital mediante la que aprenderán cómo se desarrolla un proceso creativo a través del Método Lombard de creatividad e innovación disruptiva. Tanto la inscripción como la participación son totalmente gratuitas.

Audi Creativity Challenge seleccionará las 10 mejores propuestas entre los equipos inscritos que hayan superado las cinco fases de las que consta esta competición, que concurrirán en una gran final el próximo mes de junio. El equipo que resulte ganador disfrutará de una experiencia única: una estancia en Silicon Valley durante el mes de julio de 2023 para realizar un exclusivo curso de creatividad e innovación social en el [Imagine Creativity Center](#), donde también podrán desarrollar en profundidad su proyecto ganador con el apoyo de reconocidos mentores. En la cuna de la innovación y la tecnología mundial, el equipo ganador también tendrá la oportunidad



de visitar empresas punteras como Google, Apple, Netflix o Instagram, donde recibirán las aportaciones de sus expertos.

El compromiso social de Audi

Audi Creativity Challenge es una iniciativa social y educativa de Audi España que busca potenciar el valor de las ideas creativas, fomentar las actitudes innovadoras y apoyar el talento de los jóvenes españoles impulsando la cultura del esfuerzo, el espíritu colaborativo y la competitividad basada en valores de equipo. En sus siete ediciones anteriores ha contado con la participación de más de 2.500 equipos y 7.500 estudiantes de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio de todo el país, que han presentado sus proyectos para dar respuesta a los diferentes retos de innovación planteados en los ámbitos de sostenibilidad, social, educativo, cultural y de la movilidad. El propósito de Audi con este tipo de iniciativas es generar progreso en la sociedad para ayudar a construir un mundo mejor, donde la sostenibilidad y la electrificación generarán nuevas formas de movilidad.

Coincidiendo con esta octava edición, el Audi Creativity Challenge (ACC), estrena identidad corporativa. La nueva propuesta proyecta una imagen más moderna, dinámica y digital, con el objetivo de transmitir los valores de creatividad, innovación y emprendimiento. Asimismo, supone una aproximación hacia las directrices gráficas y de imagen de la marca a nivel internacional.

El nuevo logotipo conserva el “diamante” como símbolo del talento emergente de los jóvenes que participan en esta competición, un elemento que se ha convertido en un icono de la iniciativa desde su lanzamiento en 2015, ahora simplificado y acompañado de una tipografía más moderna y estilizada. Este cambio se enmarca en la directriz estratégica global de Audi, que redefine su eslogan “A la vanguardia de la técnica” y pone a las personas, con sus valores y sus necesidades, en el centro de la nueva estrategia de la marca. Por lo tanto, el ACC utilizará también “Future is an attitude” como nuevo lema de comunicación.

-Fin-

Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandromartin@audi.es

Información y fotos en las websites de prensa de Audi

<http://prensa.audi.es>

<https://www.audi-mediacycenter.com>

El Grupo Audi es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium. Con sus marcas Audi, Ducati, Lamborghini y, desde el 1 de enero de 2022, Bentley, constituye el grupo de marcas premium dentro del Grupo Volkswagen. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y, junto a sus socios, produce automóviles y motocicletas en 21 plantas distribuidas en 13 países.

En 2021, el Grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,681 millones de automóviles de la marca Audi, así como 8.405 deportivos de la marca Lamborghini y 59.447 motocicletas de la marca Ducati. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 85.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales alrededor de 60.000, en Alemania. Con sus nuevos modelos, ofertas de movilidad innovadoras y otros servicios atractivos, el grupo de marcas premium se está convirtiendo en un proveedor premium de movilidad sostenible e individual.
