

## **Audi inaugura la Audi House of Progress en el Autostadt de Wolfsburgo**

- **El Audi Pavilion en el Autostadt se convierte en la primera exposición House of Progress permanente**
- **Un concepto que permite a los visitantes explorar la visión de la marca de los cuatro aros en digitalización, diseño, rendimiento y sostenibilidad**
- **Con las ubicaciones temporales de House of Progress en centros urbanos neurálgicos, Audi recibe a sus clientes como en su propia casa**

**Madrid, 21 de marzo, 2023 – Audi ha rediseñado por completo su pabellón en el Autostadt de Wolfsburgo para convertirlo en la única ubicación permanente del concepto de exposición House of Progress, con el que da vida a sus cuatro valores de marca: digitalización, diseño, rendimiento y sostenibilidad. La inauguración de este nuevo centro de experiencias ofrece a los clientes un espacio para conectar con Audi y conocer la empresa y sus productos. El resultado es un contacto directo entre las personas y la marca, pues los emplazamientos no son puntos de venta, sino que hacen accesible el espíritu Audi a través de la implicación directa con contenidos relevantes.**

A diferencia de la Audi House of Progress en el Autostadt, el resto de exposiciones conceptuales de este tipo son temporales, y se realizan en puntos neurálgicos de centros urbanos para llegar al corazón de la vida de los clientes. En 2022 se inauguraron emplazamientos Audi House of Progress en Viena, Seúl y Milán, entre otras ciudades. Además de la nueva instalación permanente en Wolfsburgo, en primavera de 2023 también se abrirá una nueva House of Progress en Riad, la capital de Arabia Saudí. Y ya se están planificando otras ubicaciones.

### **El camino hacia la House of Progress de Wolfsburgo**

La reforma del Audi Pavilion en el Autostadt supuso una remodelación completa del interior del edificio existente. Además de renovar su tecnología interna, el objetivo principal fue el concepto de exposición. Para aumentar la transparencia y crear espacio para nuevas exposiciones, se modificó la estructura de hormigón armado que forma la rotonda que contiene la escalera central del edificio.

La nueva House of Progress muestra que para Audi la sostenibilidad no se aplica sólo a los productos, la fabricación y la cadena de suministro, sino también a sus puntos de contacto con los clientes y aficionados de la marca. La idea que subyace detrás del concepto House of Progress es que ya no se requieran reformas para las nuevas exposiciones, lo cual está totalmente en consonancia con el objetivo de sostenibilidad. Lo único que cambiará será el contenido digital y los objetos expuestos, como los coches y el mobiliario. De este modo, los nuevos temas y productos podrán integrarse en cada exposición de forma rápida y sencilla, convirtiendo el lema de la empresa “future is an attitude” (el futuro es una actitud) en un concepto cambiante con el foco en hacer que la marca Audi sea tangible y real para los visitantes.



Justo en la zona de entrada a la House of Progress, la denominada “Table of Visions” (Mesa de Visiones) permite explorar el futuro de la empresa. Desde aquí, una pasarela móvil flanqueada por preguntas sobre temas relacionados con la marca conduce a las zonas de exposición del pabellón, que abarcan dos niveles.

### **Lo más destacado de la exposición**

El primer nivel presenta diferentes elementos relacionados con la digitalización y el diseño, que se exhiben en un expositor bajo y alargado situado junto a dos vehículos: el Audi A6 e-tron concept y el Audi A8 60 TFSIe híbrido enchufable. Entre los ejemplos del campo digital se incluyen los pilotos traseros interactivos matrix OLED, que muestran de forma amena diversas animaciones poniendo de relieve las posibilidades de esta tecnología. Además, también se presentan materiales reciclados como el Econyl, un modelo de arcilla del Audi e-tron GT quattro y recipientes impresos en 3D con las opciones de color de carrocería actuales. Los visitantes pueden llevarse a casa bocetos de Audi Design.

En la House of Progress, los faros del Audi A6 e-tron concept se convierten en proyectores y demuestran el potencial de Audi Lighting Technologies. Una proyección en el suelo conduce al segundo nivel: la imagen deriva de la señal de audio de una película que se proyecta en esa zona y cambia en función del volumen, la intensidad y la dinámica.

Un Audi RS e-tron GT y el aerodeslizador Audi e-tron foil by Aerofoils dan vida al valor de marca en lo referente a las prestaciones. Junto al Q4 e-tron, la House of Progress ofrece información sobre la economía circular y la colaboración sostenible.

El corazón de la exposición es el Blog of Progress, en la zona central abierta del pabellón, que une espacialmente los dos niveles superiores con el de entrada. El contenido en tiempo real que se muestra aquí se genera a partir de temas destacados y puntos focales relacionados con la marca Audi, que se actualizan diariamente. Gracias a una instalación especial conectada con las redes sociales, todo aquel que esté interesado podrá acomodarse en el asiento trasero de un concept car de la familia sphere al final del recorrido.

### **Comunicación de prensa Audi**

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

E-mail: [nacho.gonzalez@audi.es](mailto:nacho.gonzalez@audi.es)

E-mail: [alejandro.martin@audi.es](mailto:alejandro.martin@audi.es)

### **Información y fotos en las websites de prensa de Audi**

<http://prensa.audi.es>

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



---

El Grupo Audi es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium y de lujo. Sus marcas Audi, Ducati, Lamborghini y Bentley producen en 21 plantas distribuidas en 13 países. Audi y sus socios están presentes en más de 100 mercados en todo el mundo.

En 2022, el Grupo Audi entregó a sus clientes 1,61 millones de automóviles de la marca Audi, 15.174 vehículos de lujo de Bentley, 9.233 deportivos de la marca Lamborghini y 61.562 motocicletas de la marca Ducati. En el año fiscal 2022, el Grupo AUDI alcanzó una facturación de 53.100 millones de euros y un beneficio operativo antes de partidas especiales de 5.500 millones de euros. El Grupo Audi emplea a nivel mundial a más de 85.000 trabajadores, 58.000 de ellos en Alemania. Con sus atractivas marcas, nuevos modelos, ofertas de movilidad innovadoras y otros servicios pioneros, el grupo continúa avanzado sistemáticamente en su objetivo para convertirse en un proveedor premium de movilidad sostenible e individual.

---

**Consumo de los modelos mencionados:**

*Las cifras dependen de la combinación neumático/llanta seleccionada y de la variante de motor y transmisión*

**Audi e-tron GT quattro**

Consumo combinado de electricidad en kWh/100 km: 19,7 – 21,6

Emissiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 0

**Audi RS e-tron GT**

Consumo combinado de electricidad en kWh/100 km: 20,6 – 21,7

Emissiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 0

**Audi Q4 e-tron**

Consumo combinado de electricidad en kWh/100 km: 17,5 – 21,1

Emissiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 0

**Audi A8 60 TFSIe**

Consumo combinado de combustible en l/100 km: 1,7 – 2,1

Consumo combinado de electricidad en kWh/100 km: 22,3 – 23,0

Emissiones combinadas de CO<sub>2</sub> en g/km: 40 – 48