**Ford tar kundens perspektiv med ny profil – Bring on Tomorrow**

**Ford visar upp en betydande förändring i sin europeiska personbilsverksamhet med den nya varumärkesinriktningen ”Bring on Tomorrow”. Skiftet signalerar att Ford tar en ledarroll i en tid där bilbranschen står inför stor förändring, vilket företagets 14 elektrifierade bilmodeller som ska lanseras under 2020 också är ett exempel på.**

Nu presenterar Ford sin nya varumärkesinriktning, Bring on Tomorrow, som bland annat står för företagets progressiva anda och engagemang för elektrifiering. Bilindustrin genomgår nu en total omvandling, och under 2020 kommer Ford att leverera 14 elektrifierade fordon och dessutom kommer alla framtida personbilar som kommer till marknaden att innehålla minst ett elektrifierat alternativ.

* Den nya varumärkesinriktningen är mycket mer än en marknadsföringskampanj. Det är en ny attitydvägledning för oss på Ford, som speglar dagens snabba förändring och Fords position i förändringarnas framkant. Vi levererar ett uttrycksfullt produktsortiment med innovation och teknik som våra kunder kommer att älska, och i spetsen för allt går vår nya Mustang Mach-E, säger Anthony Ireson, chef för marknadskommunikation på Ford Europa.

**Tv-reklam presenterar den nya varumärkesinriktningen ”Bring on Tomorrow”**

För att presentera den nya varumärkesinriktningen har tre reklamfilmer tagits fram. Den första reklamen speglar idéerna från Mustang om frihet, framsteg, snabb prestanda och en touch av uppror som även präglar Fords elektriska framtid. I den andra reklamfilmen är nya Ford Puma Crossover i fokus. I filmen introduceras bland annat Fords avancerade bränslebesparande mildhybriddrivlina. Den tredje reklamfilmen lanseras i april och kommer att fokusera på den helt nya Kuga Plug-In Hybrid, Fords mest elektrifierade modell hittills och den första modellen att erbjuda mildhybrid-, elhybrid- och laddhybrid-drivlinor.

Reklamfilmerna har soundtracket Power av Kanye West i bakgrunden, vald för sin energi och enkelhet, och samtidigt lyriska teman om förtroende, beslutsamhet och modernitet. Reklamerna framhäver Fords progressiva anda och understryker företagets engagemang för elektrifiering.

För mer information och intervjuer, var vänlig kontakta

Erik Lindham, informationschef, [elindham@ford.com](mailto:elindham@ford.com) eller 0733-33 43 09

Pressbilder fria för publicering finns tillgängliga: [ford.mynewsdesk.com](http://ford.mynewsdesk.com/)

**Om Ford Motor Company**

Ford Motor Company är ett globalt bilföretag med huvudkontor i Dearborn i Michigan. Företaget designar, tillverkar, marknadsför och erbjuder service för Fords bilar, lastbilar, SUV:ar, elektriska fordon och Lincolns lyxfordon. Företaget erbjuder också finansiella tjänster genom Ford Motor Credit Company, och strävar efter ledande positioner inom elektrifiering, autonoma fordon och mobilitetslösningar. Koncernen har cirka 194 000 anställda världen över. För mer information om Ford, bolagets produkter och Ford Motor Credit Company, vänligen besök [www.corporate.ford.com](http://www.corporate.ford.com)

**Ford Europa** ansvarar för produktion, försäljning och service av Ford-fordon på 50 separata marknader och har cirka 50 000 anställda vid sina helägda anläggningar och konsoliderade joint ventures och cirka 64 000 anställda medräknat okonsoliderade företag. Vid sidan av Ford Motor Credit Company driver Ford Europa även Ford Customer Service Division och 20 produktionsanläggningar (13 helägda eller konsoliderade joint venture-anläggningar och sju okonsoliderade joint venture-anläggningar). De första Fordbilarna levererades till Europa 1903, samma år som Ford Motor Company grundades. Tillverkningen i Europa startade 1911.