BMW GROUP Argentina

# La marca BMW estrenará un anuncio durante el Super Bowl protagonizado por Arnold Schwarzenegger, Salma Hayek Pinault y el totalmente eléctrico BMW iX.

El comercial fue creado por Goodby Silverstein & Partners y dirigido por Bryan Buckley. Con una duración de 60 segundos, se transmitirá durante la tercera pausa comercial del primer cuarto del juego.

**Buenos Aires, 09 de febrero de 2022**. La marca BMW estrenará un anuncio de 60 segundos durante el Super Bowl el domingo 13 de febrero de 2022, para presentar el nuevo buque insignia de la tecnología de BMW Group: el totalmente eléctrico BMW iX. El anuncio presentará actores de renombre como el legendario Arnold Schwarzenegger y la actriz mexicana nominada al Premio de la Academia, Salma Hayek Pinault. Así mismo, el comercial fue dirigido por el director nominado dos veces al Premio de la Academia Bryan Buckley, y se transmitirá durante la tercera pausa del primer cuarto del juego

En el nuevo comercial de la marca BMW, Schwarzenegger interpreta a Zeus, el dios griego del rayo, y Hayek Pinault interpreta a su esposa, la diosa Hera, mientras se retiran del Monte Olimpo a una vida tranquila en Palm Springs, California. Sin embargo, la monotonía de la jubilación pesa rápidamente sobre Zeus, quien se siente frustrado por sus luchas con la electrónica terrenal y las constantes solicitudes de sus molestos vecinos mortales para cargar sus carritos de golf eléctricos y cortadoras de árboles. Mientras tanto, Hera, la heroína de la historia, se ha aclimatado por completo y está prosperando en su retiro. En un esfuerzo por devolver algo de emoción a la vida de Zeus, ella le regala un BMW iX totalmente eléctrico, que rápidamente ayuda a reavivar el poder eléctrico de su esposo. El spot cierra con la feliz pareja balanceándose por la ruta en su nuevo BMW iX hacia la "Electric Avenue" de Eddy Grant, mientras Zeus usa su energía eléctrica para cambiar el semáforo a verde. El comercial ya se encuentra disponible en el canal oficial de YouTube de la marca BMW USA: https://www.youtube.com/watch?v=nUC1QA5gRcU

"La movilidad totalmente eléctrica está en el corazón de la marca BMW", dijo Jens Thiemer, Vicepresidente Senior de Clientes y Marca de BMW AG. "No hay mejor lugar para hacer esta declaración que frente a una de las audiencias televisivas más grandes del mundo, donde los espectadores sintonizan tanto los comerciales como el juego. Con Arnold y Salma,

podemos mostrarle al mundo el nuevo BMW iX de una manera memorable e impactante".

"El humor radica en este legendario dios del rayo, quien se supone es indestructible, que lucha contra la electrónica cotidiana", dijo Schwarzenegger. "Sólo cuando su brillante esposa le regala un BMW iX totalmente eléctrico, Zeus se sorprende con el poderoso poder de la electricidad y se rejuvenece por completo".

El anuncio fue creado por la agencia creativa líder de BMW en EEUU, Goodby Silverstein & Partners, y dirigido por el director nominado dos veces al Premio de la Academia, Bryan Buckley, quien ha sido aclamado por su trabajo en más de 65 comerciales del Super Bowl. El comercial también marca el debut de Hayek Pinault en un anuncio del Super Bowl, así como la primera vez que ella y Schwarzenegger protagonizan un anuncio nacional.

"Este es mi primer comercial de Super Bowl y la primera vez que interpreto a una diosa griega", compartió la actriz mexicana Salma Hayek Pinault. "El setenta y cinco por ciento de las decisiones que se toman en un matrimonio sobre dónde gastar el dinero las toman las mujeres; en este comercial, es la mujer quien decide cuál es el auto adecuado para que su esposo vuelva a la normalidad. Por supuesto, el comercial es entretenido, pero también contiene una verdad humana real".

"He hecho más de 60 anuncios de Super Bowl. Nunca he tenido más poder estelar que estos dos", dijo el director Bryan Buckley. "Cuando vi por primera vez el nombre de Schwarzenegger en el guión, estaba dentro. Y Salma, no hay nadie más grandiosa que ella como actriz. Es una película en 60 segundos y está en la plataforma más grande".

"Más allá de los deportes, este icónico evento anual no es sólo un juego de campeonato. Es un fenómeno cultural en el que los espectadores prestan aún más atención cuando se detiene la acción en el campo", dijo Rich Silverstein, cofundador y copresidente de Goodby Silverstein & Partners. "Sólo hay una persona en el planeta que podría decir que es Zeus, y ese es Arnold. Y solo hay una marca digna de llamarse Ultimate Electric Driving Machine, y esa es BMW. Necesitábamos mostrar esto a lo grande, y eso es lo que haremos el 13 de febrero".

"Este es un evento cumbre en EEUU y el escenario perfecto para presentar el BMW iX a nuestros clientes", dijo Uwe Dreher, vicepresidente de marketing de BMW de América del Norte. El último anuncio del Super Bowl de BMW apareció en 2015 y presentaba a Katie Couric y Bryant Gumbel mientras se maravillaban con el primer vehículo de producción completamente eléctrico de BMW, el BMW i3. El BMW i3 fue un pionero de

la electromovilidad y más tarde se convirtió en uno de los vehículos eléctricos premium más vendidos del mundo.

***

**Acerca de BMW Group**
Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2021, BMW Group vendió más de 2,5 millones vehículos y más de 194 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120.726 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

**Acerca de BMW Group Latinoamérica**
BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

**Para mayor información favor de contactar a:**

Gonzalo Rodiño gonzalo.rodino@bmw.com.ar
Tania Silva tania.silva@partner.bmw.com.ar