

Δελτίο Τύπου
23 Φεβρουαρίου 2016

Κυκλοφόρησε το “This Day Forward”.

Εξαιρετική ταινία μικρού μήκους από τον Οσκαρικό σκηνοθέτη Joachim Back σηματοδοτεί το λανσάρισμα του νέου MINI Cabrio.

Μόναχο. Η MINI λανσάρισε την τρίτη φάση της καμπάνιας του νέου MINI Cabrio με την κυκλοφορία της ταινίας μικρού μήκους “This Day Forward” στην ιστοσελίδα της καμπάνιας mini.com/stayopen και στο YouTube: <https://youtu.be/J1oIEwOYq-Q>. Την ταινία σκηνοθέτησε ο Joachim Back, ο οποίος κέρδισε το Όσκαρ Καλύτερης Ταινίας Μικρού Μήκους με το “The New Tenants” το 2010.

Λογική ή πάθος; Μερικές φορές χρειάζονται αρκετές ‘απόπειρες’ για να καταλάβουμε τι ακριβώς θέλουμε. Ο πρωταγωνιστής Jake βρίσκεται σε μία τέτοια κατάσταση, όπου πρέπει να αποφασίσει εάν επιθυμεί να πουλήσει τη δισκογραφική εταιρία του υπογράφοντας μία συμφωνία πολλών εκατομμυρίων ή να απορρίψει την προσφορά και να συνεχίσει να κυνηγάει το όνειρό του στη βιομηχανία της μουσικής. Συνολικά τρία επεισόδια, στα οποία ο Jake ‘ξαναζεί’ την ημέρα της απόφασής του, δείχνουν με ποιο τρόπο ο πρωταγωνιστής, σταδιακά, αποφασίζει να ακολουθήσει τη φωνή της καρδιάς του.

Ο μοναδικός αφηγηματικός μηχανισμός της ταινίας, βήμα-βήμα, αποκαλύπτει διαφορετικές πλευρές και λεπτομέρειες της ιστορίας, ενώ γεννά ένα αίσθημα προσμονής και αποτυπώνει τις επιπτώσεις του διλήμματος του Jake. Μέσα από αυτή την ιστορία, η ταινία προσωποποιεί στον Jake τόσο τη θετική αύρα και κοσμοπολίτικη ‘αισθητική’ των υποψηφίων πελατών MINI, όσο και το χαρακτήρα του νέου MINI Cabrio – ελεύθερο πνεύμα με ανοιχτούς ορίζοντες και πάθος για ζωή.

Η ταινία με τίτλο “This Day Forward” γυρίστηκε στην ευρύτερη περιοχή του Miami και στα Florida Keys. Το Gulf Coast, με τις λευκές παραλίες και τις φοινικίες του και το πολυπολιτισμικό και ‘προοδευτικό’ Miami δένουν άριστα τη φιλοσοφία του MINI Cabrio. Το σενάριο της ταινίας είναι προϊόν στενής συνεργασίας μεταξύ MINI και διαφημιστικής εταιρίας WCRS στο Λονδίνο. Δημιουργός είναι ο Οσκαρικός σκηνοθέτης Joachim Back. Η εμπειρία του Δανού σκηνοθέτη στις ταινίες μικρού μήκους τον καθιστά ιδανικό δημιουργικό εταίρο. Με κύρια συστατικά τις πάντα υψηλές κινηματογραφικές φιλοδοξίες και το πάθος του για τη λεπτομέρεια, δημιούργησε κάτι που δεν περιορίζεται σε ένα κλασικό προωθητικό φιλμ για το MINI Cabrio. Η ερμηνεία του χαρακτήρα του MINI Cabrio είναι πραγματικά δεξιοτεχνική.

Το γεγονός ότι η καμπάνια εστιάζει σε μία ταινία μικρού μήκους, και όχι σε ένα κλασικό διαφημιστικό μέσο, εκφράζει τη νέα στρατηγική μάρκας MINI, η οποία δίνει έμφαση στην αυθεντικότητα και το περιεχόμενο. Με μία ταινία μικρού μήκους, η MINI

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS

σκόπιμα αποστασιοποιείται από τα συνήθη διαφημιστικά μέσα και εγκαινιάζει νέα σημεία αναφοράς. Είναι ο τρόπος με τον οποίο η MINI απαντά στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες των υποψηφίων πελατών της, στους οποίους μία κλασική διαφήμιση έχει όλο και μικρότερη απήχηση. Η καμπάνια βασίζεται στην πραγματική ιστορία του Jake για να μεταφέρει τις βασικές αξίες της μάρκας MINI – πάθος και θετική στάση ζωής – με συναισθηματική και μοντέρνα προσέγγιση.

«Αποτυπώνοντας τη φιλοσοφία του MINI Cabrio σε μία μοναδική ταινία, καταφέραμε να δημιουργήσουμε μία βιώσιμη και αυθεντική εμπειρία με ένταση που θα ήταν αδύνατο να πετύχουμε με μία απλή διαφήμιση», εξηγεί ο Marc Lengning, επικεφαλής Brand Manager της MINI.

Η ταινία μικρού μήκους βρίσκεται στην καρδιά της καμπάνιας του MINI Cabrio. Το σύνθημα της καμπάνιας “Stay Open” συμβολίζει την ποικιλομορφία του target group του και δένει με τη καμπάνια “Always Open” του προηγούμενου μοντέλου. Βλέποντάς την ορθολογιστικά, διαπιστώνουμε τις αυξημένες δυνατότητες οδήγησης του νέου MINI Cabrio με οροφή ανοιχτή, χάρη στα μοναδικά προϊόντικά χαρακτηριστικά. Από συναισθητική σκοπιά, προβάλλεται το ελεύθερο πνεύμα των υποψηφίων πελατών, που αγαπούν το κοσμοπολίτικο στυλ και έχουν πάντα ‘ανοιχτούς ορίζοντες’.

Η ταινία είχε ήδη παρουσιαστεί σε προηγούμενες φάσεις της καμπάνιας σε διάφορες online δραστηριότητες και σε βίντεο κλιπ τύπου teaser. Η αγωνία αυξανόταν από φάση σε φάση με αποκορύφωμα την κυκλοφορία της ταινίας στον ιστότοπο της καμπάνιας. Με σαφή έμφαση στις online επικοινωνίες, η καμπάνια πλαισιώθηκε από κλασικές τηλεοπτικές, έντυπες και εξωτερικές ΟΟΗ (out of home) διαφημίσεις. Με αυτό τον τρόπο, η καμπάνια συνοδεύει τους υποψήφιους αγοραστές σε ολόκληρο το κανάλι πωλήσεων.

Στο δημιουργικό κομμάτι του project συμμετείχαν οι εταιρίες οι WCRS και Soup. Η παραγωγή της ταινίας έγινε στο Βερολίνο.

-Τέλος Δελτίου Τύπου-

To BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI και Rolls-Royce. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 30 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2015, το BMW Group πούλησε 2.247.000 αυτοκίνητα και 137.000 μοτοσικλές παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το 2014 ήταν 8.71 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 80.40 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2014, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 116.324 ατόμων.

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊόντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

BMW Group Hellas

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Corporate Communications

Τηλέφωνο: +30 2109118151

Fax: +30 210 9118007

e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr