

MINI JOHN COOPER WORKS: VILÁGSIKER A MOTORSPORTBAN, AZ UTAKON ÉS A CANNES-I REKLÁMFESZTIVÁLON



A lélegzetelállító teljesítményű élményautó legújabb reklámkampánya a Monte Carlo Ralin aratott háromszoros győzelem emlékét eleveníti fel. Az alkotás a világ elsőszámú reklámfesztiválján két arany és két ezüst trófeát hódított el.

A MINI John Cooper Works modellpaletta tagjai töretlen lendülettel haladnak tovább a világsikert jelentő úton. Miközben kivételesen sportos menettulajdonságukkal és versenyautós vezethetőségükkel a brit prémiumgyártó élsportolói világszerte egyre több és több MINI-rajongót varázsolnak el, a legújabb MINI John Cooper Works modellpaletta ismét a dobogó legfelső fokán végzett: az élményautót népszerűsítő reklámkampány a világ elsőszámú reklámfesztiválján, a Cannes-i Reklámfesztivál 2018-as felvonásán diadalmaskodott. A MINI John Cooper Works modellek „The Faith of a Few” („Amit csak kevesen hittek”) címet viselő reklámfilmje két arany és két ezüst trófeát hódított el az iparági reklámfilmek (Film Craft) kategóriájában.

A MINI John Cooper Works modelleket népszerűsítő, érzelmekben gazdag reklámkampány egészen az 1960-as évekig kalauzolja vissza a nézőt, amikor is a klasszikus Mini háromszoros győzelmet aratott a Monte Carlo Ralin. Az 1964-es, 1965-ös és 1967-es győzelmek valódi legendává emelték a brit prémiumgyártó kisautóját – nem csupán azért, mert a fényes diadalok motorsport-szakértők százait döbbentették meg, hanem azért is, mert az eleven kisautót rajongók ezrei ünnepelték a célban. A siker a sportautókat tervező John Cooper nevéhez fűződik, aki meggyőzte a klasszikus Minit megálmodó Alec Issigonis-t, hogy az eredetileg gazdaságos családi autónak tervezett kisautó műszaki alapjaira egy versenyképes sportgépet is megtervezzenek. A „The Faith of a Few” reklámfilm a Monte Carlo Ralin aratott győzelem emlékképeit idézi fel. Az eredeti versenyautó, a korhű díszlet és az éljenző tömeg valósággal életre kelti a vásznon 1964 januárját, amikor a Mini Cooper S a jelentősen erősebb ellenfelek előtt, a szkeptikusok legnagyobb meglepetésére, elsőként gurult át a célvonalon.

A 2018-as Cannes-i Reklámfesztivál zsűrijét lenyűgöző alkotás egyértelmű üzenetet közvetít: a legenda mindegyik MINI modellben elevenen él. A reklámfilm záró jelenetében a legújabb MINI John Cooper Works modell tűnik fel a klasszikus Mini Cooper S oldalán, amely azt jelzi, hogy a dicső múlt emléke napjaink vezetési élményében újra és újra átélhető. „A reklámfilm érzelmekben gazdag képei lenyűgöző erővel adják át a nézőknek az üzenetet, hogy a márka legendás történelme a legújabb MINI John Cooper Works modellekben és termékekben él



tovább” – mondta Marc Lengning, a MINI marketingigazgatója. A díjnyertes reklámfilm egy átfogó márka- és termékkampány része, amely a sportosság, az exkluzivitás, a hagyománytisztelő szaktudás és a fejlett járműtechnológia összefonódását, ezen belül is a motorsport élvonalának közutakon átélhető élményét helyezi a középpontba. „A Cannes-i siker megkoronázza legújabb reklámkampányunk kimagasló teljesítményét, egyúttal jelzi, hogy nem csupán maguk a MINI John Cooper Works modellek, de a mögöttük dolgozó marketingesek is valódi győztesek” – tette hozzá Sebastian Mackensen, a MINI márka elnöke. A reklámkampányt a MINI a Jung von Matt Spree ügynökséggel közösen építette fel, a győztes reklámfilmet az Anorak Film készítette.

A MINI négy élsportolója mellett – amelyek 2017-ben és 2018 első öt hónapjában is rekord értékesítési mutatókat produkáltak – a MINI John Cooper Works felszereltségi opciók és kiegészítő termékek is a brit prémiumgyártó legendás motorsport-teljesítményének örökségét hordozzák. Az opcionális extrafelszereltség részeként megrendelhető MINI John Cooper Works csomagok bármelyik MINI modellt sportos köntösbe öltöztetik, az utólagosan felszerelhető MINI John Cooper Works alkatrészek pedig a motorsportos megjelenésről és a teljesítményorientált technológiáról gondoskodnak. A palettán mindegyik MINI-tulajdonos megtalálja azokat a termékeket és kiegészítőket, amelyekkel a leginkább személyre szabhatja négykerekű kedvencét.

A MINI John Cooper Works modellpaletta tagjait ugyanakkor nem csupán a Monte Carlo Ralin aratott háromszoros győzelem emléke élteti: a '60-as években aratott győzelmek után fél évszázaddal a MINI versenyautói továbbra is kategóriájuk élén diadalmaskodnak, amelyeket a legújabb motorsport-sikerek igazolnak. A MINI John Cooper Works márkanevet négy egymást követő Dakar-győzelem írta be a motorsportok modernkori történelemkönyvébe, miközben a MINI John Cooper Works Rally is egymás után zsebeli be a hosszú távú megmérettetések futamgyőzelmeit: az Italian Baján elért első helyezéssel a MINI színeiben versenyző csapat még tovább növelte előnyét az FIA Cross Country Rally Világkupa idei felvonásán.

További információ az új személygépkocsik hivatalos üzemanyag-fogyasztási, fajlagos szén-dioxid-kibocsátási, illetve elektromosáram-fogyasztási adatairól a „Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen” (Tájékoztató az új személygépkocsik üzemanyag-fogyasztásáról, szén-dioxid-kibocsátásáról és elektromosáram-fogyasztásáról) (Guideline for fuel consumption, CO₂ emissions and electric power consumption of new passenger cars), kiadványban található, amely minden értékesítési helyen, valamint a Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT) társaságtól (D-73760 Ostfildern-Scharnhausen, Hellmuth Hirth Str. 1.) vagy a <http://www.dat.de/en/offers/publications/guideline-for-fuel-consumption.html> internetes oldalról szerezhető be: Leitfaden CO₂ (Guideline CO₂) (PDF – 2,7 MB)

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu



A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcégként a BMW Group 14 országban összesen 30 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2017-ben a BMW Group 2 463 526 darab autót és 164 153 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. A vállalat 98,678 milliárd eurós összbevételével a 2017-es pénzügyi évben 10,655 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2017. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 129 932 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

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

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

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

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