

Valóra váltott álmok a velencei Canal Grandén: felülmúlhatatlan vezetési élmény az új BMW 8-as Coupé-val



Egy autó, amelyet a felejthetetlen pillanatok éltetnek: a bajor prémiumgyártó új luxus sportautójának piaci premierjét egy látványos tévéreklám hirdeti, egyenesen az olaszországi lagúnák fővárosának legendás csatornájáról.

Az új BMW 8-as Coupé nem pusztán egy sportautó: a modellel a bajor prémiumgyártó új értelmet adott a luxusnak, autóiipari álmokat váltott valóra és a vezetés élményének felejthetetlen pillanatait keltette életre. A BMW legújabb, látványos tévéreklámja, amely az új BMW 8-as Coupé piaci premierje apropóján készült el, a korábban átélhetetlen, most először megtapasztalt, vadonatúj vezetési élménnyel valóra váltott álmokat helyezi a középpontba. A videóban a luxus sportautó meghódítja Velence történelmi központját: a káprázatos emlékművek mellett és a legendás Rialtó-híd alatt gurulva az új BMW 8-as Coupé a Canal Grande vonalvezetését térképezi fel – egy olyan útvonalat, amelyen autó még korábban soha nem járt. A reklámfilm egy kisfiú történetét meséli el, akinek évekkel későbbi, velencei vezetési élményével egy gyermekkori álma válik valóra. A nézők eközben korábban nem látott perspektívákból láthatják az olaszországi lagúnák fővárosát, a vezetés élményének olyan felülmúlhatatlan pillanataival megfűszerezve, amelyek mindeddig elképzelhetetlenek voltak.

A Daniel Wolfe rendezésében készült alkotás 15, 30 és 45 másodperces verziókban lesz látható. A kisfilm főszereplője egy fiatal velencei férfi, aki már gyermekként rátalált az autók, de különösképpen a BMW iránti rajongásra. A kisfiú kedvenc játéka egy BMW M1 autómodell volt, a motortecnológia rejtelseibe pedig egy hajóépítő barátja révén nyert betekintést. Egy olyan városban azonban, ahol a hajók jelentik az egyetlen közlekedési eszközt, a főszereplő vezetés élménye iránt érzett, csillapíthatatlan vágya kielégítetlen maradt. A tinédzserként így elköltöző fiú csak jó néhány év múlva tér vissza Velencébe, hogy valóra váltsa gyermekkori álmát – az új BMW 8-as Coupé-val, amellyel keresztülvezet a Canal Grande egyedülálló, pontonokból megépített útvonalán.

A forgatókönyv a korábban lehetetlennek vélt gondolatok megvalósítását és az évek óta érlelt álmok valóra váltását helyezi a középpontba. „Luxusszínvonalú modelljeinkkel azon ügyfeleinket szólítjuk meg, akik ki mernek próbálni új dolgokat és messze túljutnak az elképzelhető határokon” – nyilatkozta Uwe Dreher, a BMW, a BMW i és a BMW M márkák nemzetközi kommunikációs vezetője. „Ezen célcsoportunknak olyan színvonalú vezetési élményt kínálunk fel, amely az exkluzivitás és a progresszív luxus iránti vágyaikat egyaránt kielégíti” – tette hozzá.

Az új BMW 8-as Coupé reklámfilmjének forgatási munkálataihoz a velencei hatóságok engedélyezték – a város történetében most először –, hogy a BMW Group egy pontonfolyosót telepítsen a város történelmi központjában húzódó Canal Grande csatornán. A lélegzetelállító vízi útvonalra, amelyen évszázadok óta gondolák, vaporettik és motorcsónakok jelentik a közlekedési eszközt, az új BMW 8-as Coupé a vezetés élményének vérbeli úttörőjeként érkezett meg – a szó szoros értelmében új utat jelölve ki. A szenzációs felvételek némelyikét drónokkal rögzítették, a reklámfilm pedig a világ minden táján kiválasztott televíziós csatornákon és online felületeken köszön majd vissza.

Az új BMW 8-as Coupé piaci premierje apropóján felépített kampányt a BMW Group a Serviceplan Campaign International közreműködésével váltotta valóra. A televíziós reklámfilm a Facebookon, az Instagramon és a YouTube-on is átfogó médiaaktivitás egészíti majd ki. Az új BMW 8-as Coupé reklámfilmjének forgatási előkészületeiről, megoldásairól és érdekességeiről egy hosszabb dokumentumfilm is készül, amelyet az egyébként autómentes Velence izgalmas háttérinformációi színesítenek. „Az új BMW 8-as Coupé piaci premierje apropóján felépített kampány nem csupán az újdonság egyedi karakterét, de luxusszínvonalú modelljeink érzelmekben gazdag erőttöbbletét és a BMW márka innovációs erősségét is kifejezi” – mondta Kirsty Skinner-Gerth, a BMW Group nemzetközi kampányokért, műalkotásokért, filmekért és szórakoztató marketingért felelős részlegének vezetője.

Azáltal, hogy az új BMW 8-as Coupé modellt Velence történelmi háttere előtt mutatja be, a bajor prémiumgyártó tovább folytatja a luxus teljesítményű modellek szegmensében nemrégiben útnak indított, modellújításra koncentráló kampányát. A kategória képviselői egy merőben új márkalogót viselnek, teljes egészében kiírva a gyártó nevét: BAYERISCHE MOTOREN WERKE. A márka luxusszegmensben előirányzott fokozott jelenléte a BMW Group „Strategy

NUMBER ONE > NEXT” vállalati stratégiájának egyik meghatározó célkitűzése, amellyel a müncheni központú vállalatcsoport hosszú távon is biztosítja fenntartható növekedését. Az exkluzív modelleken én a kivételes szolgáltatásokon felül a BMW egy felülmúlhatatlan élményekre épülő világot épít fel a luxusautók egyre növekvő szegmensében, megismételhetetlen, inspiráló pillanatokkal túl a vezetés szintisza élményét.

Az üzemanyag-fogyasztási és károsanyag-kibocsátási értékeket a legmodernebb autók menetteljesítményét vizsgáló EU-ciklus (NEDC – New European Driving Cycle) tesztkörének mérései szerint, valamint a valós körülmények közötti legdinamikusabb járműhasználat eredményeit vizsgáló, globális szabvány szerint működő tesztciklus (WLTP – Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedure) mérései szerint számolták ki. Az adatok a gumibroncs-típusoktól és a felszereltségi szintektől is függenek.

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-Schornhausen, 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>