Globalna kampania nowego MINI Cabrio: „Stay Open”.

**Produkcja filmowa z laureatem Oscara Joachimem Backiem.**

**Monachium.** Przed rozpoczęciem komunikacji nowego MINI Cabrio gotowa do startu jest też globalna kampania marketingowa „Stay Open”. Kampania składająca się z trzech następujących po sobie faz będzie towarzyszyć nowemu MINI Cabrio aż do premiery i również po niej.

Hasło „Stay Open” nowego MINI Cabrio jest przy tym tak wielorakie jak jego grupa docelowa i stanowi odniesienie do kampanii „Always Open” poprzedniego modelu. Racjonalnie wskazuje na możliwość jeszcze dłuższego jeżdżenia nowym MINI Cabrio, ze względu na jego nowe właściwości, z otwartym dachem. Emocjonalnie – oddaje wolnomyślicielski charakter grupy docelowej stale otwartej na świat i tolerancyjnej. Optymizm wyrażający radość życia obecny jest we wszystkich elementach kampanii.

Nawiązuje do tego również **kampania drukowana** lokująca nowe MINI Cabrio pośród jasnych, wyrazistych kolorów. Dużo błękitnego nieba odzwierciedla wrażenia z jazdy z otwartym dachem.

Ta otwartość i jazda z otwartym dachem widoczna jest również w **komunikacji internetowej**.

Centralnym elementem kampanii jest **film online** wykraczający swoją długością i formą daleko poza ramy telewizyjnego spotu reklamowego. Reżyserem tego nakręconego z kinowym rozmachem filmu jest laureat Oscara Joachim Back. Film będzie odsłaniany etapami, a na starcie kampanii zapowiadać go będzie krótki teaser oraz strona internetowa. Całość przedstawiona zostanie bliżej premiery rynkowej nowego MINI Cabrio.

Więcej informacji o kampanii i filmie online wkrótce.

Udział wzięły agencje WCRS, London oraz KKLD, Berlin i AKQA, London.

Za adaptację międzynarodowej kampanii na rynek niemiecki odpowiada Serviceplan Campaign X. Niemiecka kampania nowego MINI Cabrio rozpocznie się w połowie lutego 2016 r. przed premierą 5 marca 2016 r.



W najnowszej edycji rankingu zadowolenia nabywców samochodów modeli najnowszej generacji brytyjskiej marki premium plasuje się na pierwszym miejscu w klasie małych samochodów.

**W przypadku pytań prosimy o kontakt z:**

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager

Tel.: +48 728 873 932, e-mail: [katarzyna.gospodarek@bmw.pl](mailto:katarzyna.gospodarek@bmw.pl)

**BMW Group**

BMW Group, w której portfolio znajdują się marki BMW, MINI oraz Rolls-Royce, jest światowym liderem wśród producentów samochodów i motocykli segmentu premium. Oferuje również usługi finansowe, a także z zakresu mobilności. Firma posiada 30 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 państwach oraz ogólnoświatową sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2014 roku BMW Group sprzedała na całym świecie ok. 2,118 mln samochodów oraz 123 000 motocykli. W 2013 r. jej zysk przed opodatkowaniem wyniósł 7,91 mld euro przy dochodach 76,06 mld euro (dane za rok finansowy). Na dzień 31 grudnia 2013 r. globalne zatrudnienie sięgało 110 351 pracowników.

Źródłem sukcesu BMW Group jest długofalowe planowanie oraz działanie w sposób odpowiedzialny. Ważną częścią strategii firmy jest zrównoważony rozwój w aspekcie społecznym i ochrony środowiska w całym łańcuchu dostaw, pełna odpowiedzialność za produkt oraz  zobowiązania na rzecz oszczędzania zasobów. Polityka ta stanowi integralną część strategii rozwoju przedsiębiorstwa.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com/)

Facebook: [http://www.facebook.com/BMW.Polska](http://www.facebook.com/BMWGroup)

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

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

Google+: [http://googleplus.bmwgroup.com](http://googleplus.bmwgroup.com/)