

**„Eyes on Gigi”. BMW prezentuje interaktywną kampanię promującą nowe BMW M2 Coupé.
Nakręcony w jednym ujęciu film w reżyserii Marca Forstera ze spektakularną choreografią samochodową i supermodelką Gigi Hadid.**

Monachium. Punktualnie w dniu rynkowego debiutu, 16 kwietnia BMW zaprezentowała swoją kampanię typu „Digital First” promującą nowe BMW M2 Coupé. Gwiazdami kampanii „Eyes on Gigi” są nowe BMW M2 Coupé i amerykańska supermodelka Gigi Hadid, która po raz pierwszy stanęła przed kamerą dla producenta samochodów. Dynamika i zwinność BMW M2 Coupé, a także zmysłowe piękno i elegancja Gigi Hadid, zainspirowały renomowanego producenta filmowego i scenarzystę Marca Forstera, który wyreżyserował m.in. „James Bond - Quantum of Solace”, „Czekając na wyrok” i „World War Z”, do niezwykłego spotu reklamowego.

Eyes on Gigi.

Ekscytujący film, który od 14 kwietnia można było oglądać początkowo tylko w serwisach YouTube i Facebook, zaprasza widza do wyjątkowej gry w „trzy kubki”. Na początku filmu supermodelka Gigi Hadid wsiada do jednego z trzech zaparkowanych BMW M2 Coupé, a widz ma za zadanie nie stracić z oczu jej samochodu. Krótco po starcie dochodzą dwa kolejne BMW M2 Coupé i rozpoczyna się szybka choreografia samochodowa, która niemal uniemożliwia zadanie. Na koniec gry wszystkie pięć M2 Coupé zatrzymuje się, a widz ma wybrać to, w którym siedzi Gigi.

Spektakularny „one shot” – czyli film nakręcony w jednym ujęciu bez żadnych cięć – nakręcony został na lotnisku na pustyni Mojave w Kalifornii przez nagrodzonego Oscarem operatora Mauro Fiore (m.in. „Avatar”, „Bez litości”).

Interaktywne rozwiązanie gry następuje w mikrowitrynie kampanii pod adresem EyesOnGigi.com. Widz może tam także śledzić dynamiczną choreografię samochodową z perspektywy 360 stopni.

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 WarszawaTelefon
+48 (0)22 279 71 00Faks
+48 (0)22 331 82 05www.bmw.pl



Informacja prasowa

Data 18 kwietnia 2016 r.

Temat **„Eyes On Gigi”. BMW prezentuje interaktywną kampanię promującą nowe BMW M2 Coupé.**

Strona 2

Dla supermodelki z Los Angeles „Eyes on Gigi” to pierwsza oficjalna współpraca z producentem samochodów. „Bardzo się cieszymy, że udało nam się zatrudnić Gigi Hadid jako twarz naszej globalnej kampanii promującej nowe BMW M2 Coupé”, mówi Uwe Dreher, szef międzynarodowej komunikacji marek BMW, BMW i oraz BMW M. „Gigi i M2 idealnie do siebie pasują: oboje mają silne osobowości i fascynującą charyzmę”. Również Gigi Hadid jest pod wrażeniem: „BMW to ikona. Fakt, że mogę stać się twarzą tej kampanii, to z pewnością wielki moment w mojej karierze. M2 daje mnóstwo frajdy”.

Kampania wykorzystuje po raz pierwszy podejście „Digital First”.

Cyfrowy spot rozpoczyna zintegrowaną kampanię, która wystartowała globalnie 14 kwietnia za pośrednictwem takich kanałów jak telewizja, media cyfrowe, media społecznościowe i CRM. Wybrane dla „Eyes on Gigi” po raz pierwszy podejście „Digital First” korzysta przy tym także z obecności Gigi Hadid w mediach społecznościowych. Gigi Hadid jest tam bardzo popularna: ma 16,1 miliona obserwujących na Instagramie, ok. 1,9 miliona na Twitterze i ok. 2,6 miliona fanów na Facebooku. Jeżeli widz wybrał właściwy samochód, zaawansowana architektura cyfrowa kampanii prowadzi go do internetowego showroomu BMW M2 Coupé danej spółki dystrybucyjnej BMW w jego kraju.

Gigi Hadid spodobał się niecodzienny pomysł na kampanię: „Gdy przedstawili mi tę koncepcję, od razu mi się spodobała; to dla mnie zaszczyt, że mogłam w niej uczestniczyć. Fantastycznie się bawiłam”.

Aby nowa miłośniczka marki mogła cieszyć się jazdą także w kolejnych miesiącach, BMW udostępnia jej na sześć miesięcy własne BMW M2 Coupé.

W przypadku pytań prosimy o kontakt z:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: 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 ogólnosiwiatową sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.



Informacja prasowa

Data 18 kwietnia 2016 r.

Temat **„Eyes On Gigi”. BMW prezentuje interaktywną kampanię promującą nowe BMW M2 Coupé.**

Strona 3

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

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Polska>

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

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

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