

Informacja prasowa
11 lutego 2022 r.

ANIMATE YOUR MINI WORLD: międzynarodowa kampania promocyjna BIG LOVE dla nowych modeli MINI Edition.



Innowacyjna i w pełni cyfrowa komunikacja prezentuje poszczególne postacie samochodów w ich własnym wirtualnym świecie. Dzięki treściom wizualnym w zupełnie nowej odsłonie MINI celebrytuje fascynację frajdą z jazdy na wszystkich kanałach.

Monachium. Nowe modele MINI Edition pojawią się w salonach wiosną 2022 roku. Po raz pierwszy wszystkie aktualne modele brytyjskiego producenta samochodów premium zadebiutują jednocześnie na rynku w postaci edycji specjalnych. Ich wprowadzeniu na rynek towarzyszy równie nowatorska forma komunikacji marketingowej. Międzynarodowa kampania promocyjna pod hasłem BIG LOVE prezentuje 3-drzwiowe MINI wraz z elektrycznym MINI Cooper SE (zużycie energii w cyklu mieszanym: 17,6 – 15,2 kWh/100 km; emisja CO₂ w cyklu mieszanym: 0 g/km), 5-drzwiowe MINI oraz MINI Cabrio w wersji Resolute Edition, MINI Clubman w wersji Untold Edition i MINI Countryman w wersji Untamed Edition jako indywidualne postacie samochodów w ich własnym wirtualnym świecie. Ich występy są zaskakująco i efektownie zainscenizowane, w 100 procentach cyfrowe i wykorzystują najnowocześniejszą technologię animacji Full CGI (Computer Generated Imagery).

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
+48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl

Kampania wykorzystuje wszystkie kanały marketingowe marki MINI w całościowym podejściu na każdym etapie komunikacji z klientem. Mnogość formatów treści wizualnych

Informacja prasowa

Data 11 lutego 2022 r.

Temat ANIMATE YOUR MINI WORLD: międzynarodowa kampania promocyjna BIG LOVE dla nowych modeli MINI Edition.

Strona 2

ukierunkowanych na lejek sprzedażowy tworzy zupełnie nową prezencję: od animacji AR, poprzez historie i filmy, aż po różne formaty reklam online MINI kieruje treści precyzyjnie do bieżącej cyfrowo publiczności. Innowacyjne podejście zastosowane w kampanii promocyjnej BIG LOVE umożliwia MINI jeszcze bardziej indywidualne podejście do grup docelowych na rynkach zgodnie z lokalnymi priorytetami.

— Kampania dla nowych modeli MINI Edition to nasz pierwszy duży globalny projekt zrealizowany przez The Marcom Engine, nowy model europejskiej agencji BMW Group. Jest to pierwsza produkcja zrealizowana w pełni za pomocą CGI, która odzwierciedla frajdę, styl i temat BIG LOVE, ukazując osobowości tych wyjątkowych samochodów — mówi Sebastian Beuchel, szef globalnego zarządzania marką MINI. — Pracując wspólnie z Anomaly London nad koncepcją kreatywną i The Marcom Engine, w tym Man vs Machine, z ich doświadczeniem CGI w produkcji i wdrażaniu, chcieliśmy stworzyć prawdziwie odważną, zorientowaną cyfrowo komunikację, która dotrze do wszystkich naszych zróżnicowanych grup docelowych, niezależnie od tego, na jakim etapie procesu zakupu się znajdują.

Centralnym elementem kampanii są generowane komputerowo obrazy i wirtualne filmy animowane. Za pomocą grafiki komputerowej 3D powstają obrazy i filmy, które pokazują szczegółowo odwzorowane samochody w otoczeniu wykraczającym poza granice rzeczywistości.

Modele MINI Edition grają przy tym zawsze główną rolę w animowanych filmach krótkometrażowych. Każdy model jest zainscenizowany i ożywiony w swoim własnym animowanym świecie. Bohaterowie filmów prezentują się wraz ze swoją ekskluzywną stylistyką i wyposażeniem, pokazując typowe gokartowe wrażenia z jazdy MINI za pomocą najnowocześniejszych efektów wizualnych – bez konieczności jazdy po prawdziwej drodze.

— Dla nowych modeli MINI Edition nasza kampania tworzy wirtualny świat poza codzienną rzeczywistością, w którym ich wyjątkowy charakter jest wyraźnie w centrum uwagi. Jest

Informacja prasowa

Data 11 lutego 2022 r.

Temat ANIMATE YOUR MINI WORLD: międzynarodowa kampania promocyjna BIG LOVE dla nowych modeli MINI Edition.

Strona 3

całkowicie animowana i zaprojektowana w niepowtarzalnym stylu MINI — mówi Anita Skocic, szefowa działu globalnych kampanii marketingowych. — Korzystamy przy tym z wyjątkowo zaawansowanej technologii CGI, aby przesunąć granice konwencjonalnych form prezentacji i dać widzom poczuć to wyjątkowe uczucie MINI.

W ramach kampanii MINI uruchamia również internetowy showroom, w którym fani marki mogą interaktywnie poznawać nowe modele Edition za pomocą zdjęć, filmów i widoków 360 stopni. Tam nowe modele można oglądać na cyfrowej obrotowej scenie ze wszystkich możliwych perspektyw, zarówno w szerokokątnym widoku ogólnym, jak i w zbliżeniach ukazujących wszystkie szczegóły. Showroom nowych modeli MINI Edition będzie dostępny w witrynie www.MINI.com oraz w witrynach internetowych poszczególnych krajów. Kampania jest również do dyspozycji wszystkich dealerów i oddziałów MINI.

Informacja prasowa

Data 11 lutego 2022 r.

Temat ANIMATE YOUR MINI WORLD: międzynarodowa kampania promocyjna BIG LOVE dla nowych modeli MINI Edition.

Strona 4

Wskazane dane dotyczące zużycia paliwa, emisji CO₂ i zużycia energii zostały ustalone na podstawie nowej procedury WLTP określonej w Rozporządzeniu (UE) 2017/1151 z dnia 1 czerwca 2017 r. w uzupełnieniu Rozporządzenia (WE) nr 715/2007 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie homologacji typu pojazdów silnikowych w odniesieniu do emisji zanieczyszczeń pochodzących z lekkich pojazdów pasażerskich i użytkowych oraz w sprawie dostępu do informacji dotyczących naprawy i utrzymania pojazdów w brzmieniu obowiązującym w chwili udzielenia homologacji. Dotyczą one pojazdów w Niemczech. Podane zakresy uwzględniają różnice wynikające z wybranych rozmiarów kół i opon oraz ewentualnego wyposażenia dodatkowego.

Wszystkie wartości zostały już ustalone zgodnie z nowym cyklem testowym WLTP. Podatki i inne opłaty samochodowe uwzględniające (również) emisję CO₂ oraz ewentualne bonifikaty obliczane są na podstawie wartości WLTP. Więcej informacji o procedurze pomiarowej WLTP można znaleźć na stronie www.bmw.de/wltp.

Więcej informacji dotyczących oficjalnego zużycia paliwa oraz specyficznej emisji CO₂ nowych samochodów osobowych można uzyskać we wszystkich salonach sprzedaży.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2020 firma BMW Group sprzedała ponad 2,3 miliona samochodów oraz ponad 169 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2020 wyniósł 5,222 mld euro przy obrotach wynoszących 98,990 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2020 r. w BMW Group było zatrudnionych 120 726 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Firma już na wczesnym etapie wyznaczyła kierunek na przyszłość i konsekwentnie koncentruje się na zrównoważonym rozwoju i ochronie zasobów, począwszy od łańcucha dostaw poprzez produkcję aż po końcową fazę użytkowania wszystkich produktów.

Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.polska>

Twitter: https://twitter.com/MINI_Polska

YouTube: <https://www.youtube.com/user/MINIPolska>

Instagram: <https://www.instagram.com/minipolska/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group-polska/>