

# **BMW Group**

## **Portugal**

### **Corporate Communications**



Informação à Imprensa  
22 de Dezembro de 2016

## **BMW lança campanha 100% nacional, no ano do seu centenário.**

Arranca esta quinta-feira, dia 22, a campanha de final de ano da BMW. Uma campanha 100% nacional, construída com base numa ativação desenvolvida no evento de comemoração do centenário do BMW Group em Portugal.

O Sr. Fonseca nasceu em 1916 e a BMW também. Foi desta forma que o BMW Group Portugal decidiu comemorar o seu centenário em solo nacional: encontrar alguém que também tivesse nascido em 1916 para apagar as velas juntamente com a marca e comemorar uma vida de 100 anos.

O Sr. Fonseca, um ex-mecânico português foi o homem escolhido e aceitou o desafio. Em maio deste ano, poucos dias depois de comemorar 100 anos, foi o convidado de honra do Roads of Tomorrow – o evento de comemoração do centenário do BMW Group. Entrou no Autódromo do Estoril, vestiu um blusão personalizado e deixou-se conduzir pelo Diretor Geral da marca em Portugal, Mário Fernandes que, em pista, lhe proporcionou uma experiência de condução no automóvel com o conceito de mobilidade mais avançado da marca, o BMW i8.

O dia ficou para a história e acabou por dar origem à campanha de final de ano que celebra o centenário do Grupo.

“Os primeiros 100 anos valeram a pena. Mas o melhor ainda está para vir.”, é o mood da campanha que celebra 100 anos de vida, através da presença do Sr. Fonseca, mas com olhos postos na Visão do Grupo para o Futuro, que se concretiza no seu Concept Car BMW Vision Next.

Também de criação 100% nacional foi a música da campanha, produzida e composta por Fred sobre um "sample" de guitarra Portuguesa composta por Cipriano Mesquita e voz de Cátia Sá.

A campanha estará on air até ao próximo dia 31 de dezembro, com foco em TV (nos 3 principais canais nacionais e canais de cabo selecionados), em cinema e no digital.

Esta campanha contou com o conceito criativo e produção da agência Bates; veiculação nos media da agência de meios: Initiative Media; e gravação de música nos estúdio Meifumado, em Lisboa.

---

#### **Sobre o BMW Group**

Com as suas marcas BMW, MINI e Rolls-Royce o BMW Group é o construtor premium de automóveis e motos mais bem-sucedido do mundo, providenciando também serviços financeiros e de mobilidade. Em

# **BMW Group**

## **Portugal**

### **Corporate Communications**



termos globais, o BMW Group detém 31 fábricas em 14 países e uma rede global de vendas em mais de 140 países.

Em 2015, o BMW Group atingiu um volume global de vendas de aproximadamente 2.247 milhões de automóveis e de 137.000 motocicletas. O resultado em 2015, antes de impostos, foi de 9.22 mil milhões de euros, num total de 92.18 mil milhões de euros de volume de negócios. Em 31 de Dezembro de 2015, a empresa empregava um total de, aproximadamente, 122.244 colaboradores.

O sucesso do BMW Group tem sido, desde sempre, construído numa ótica de longo prazo e assente numa conduta responsável. Desta forma, a Companhia estabeleceu a sustentabilidade ecológica e social em toda a cadeia de valores, bem como uma ampla responsabilidade de produto e um evidente empenho na conservação de recursos, como parte integrante da sua estratégia.

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

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

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

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

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