



Comunicat de presă
2 februarie 2016

MINI USA LANSEAZĂ O NOUĂ RECLAMĂ ȘI CAMPANIE SPECIALĂ PENTRU SUPERBOWL

București/Woodcliff Lake. Peste 100 de milioane de telespectatori din lumea întreagă sunt pregătiți să urmărească Superbowl - finala campionatului profesionist de fotbal american - ce va avea loc la 7 februarie. În pregătirea acestui eveniment, MINI USA și-a prezentat spotul cu o durată de 30 de secunde, în care sunt prezente numeroase staruri și care va fi difuzat în al treilea sfert al celei mai importante nopți pentru publicitatea de televiziune.

Reclama, creată de Butler, Shine, Stern & Partners (BSSP), cuprinde, printr-un mesaj foarte puternic, multe dintre simbolurile pe care marca le-a experimentat de-a lungul anilor – mergi dincolo de categorii, etichete și stereotipuri. Campania "Defy Labels" își are originile în faptul că toți și toate au o etichetă, dar ceea ce contează este modul în care gestionezi aceste etichete. Ideea centrală este contestarea stereotipurilor și prin aceasta campania inspiră oamenii să renunțe la etichetele puse de societate și să se definească ei înșiși.

"Încă de la producția primului Mini în 1959, automobilul a fost etichetat într-un fel sau altul. Este mic. Este simpatic", a declarat Tom Noble, director de departament MINI Brand Communications. "Această campanie confirmă aceste etichetă într-o manieră autentică, dar, în același timp, arată oamenilor că MINI înseamnă mai mult decât atât. Cu lansarea noului Clubman, marca noastră crește, produsele noastre sunt mai sofisticate și este momentul să reinițializăm discuția."

Brandul a lucrat cu o suită de sportivi și celebrități pentru a ajuta la pornirea conversației. Pentru a rămâne fidel campaniei, MINI a dorit să includă personalități care au o relație cu marca și care pot vorbi într-o manieră autentică despre problema depășirii etichetelor. Spotul include vedete precum Serena Williams (jucătoare de tenis), Abby Wambach (jucătoare de fotbal), T-Pain (rapper), Randy Johnson (jucător



Comunicat de presă

Data 2 februarie 2016

Titlu MINI LANSEAZĂ PROVOCAREA ÎNTR-O RECLAMĂ PENTRU SUPERBOWL, PLINĂ DE STARURI

Pagina 2

de baseball), Tony Hawk (skateboarder profesionist) și Harvey Keitel (actor). Fiecare a filmat și o serie de interviuri în care împărtășește propria perspectivă asupra etichetelor - aceste interviuri sunt disponibile pe microsite-ul campaniei, la MINIUSA.com/defylabels.

"Acest concept puternic maximizează noua poziționare sofisticată a mărcii, cu un mic ajutor din partea atitudinii MINI care a fost mereu prezentă", a spus John Butler, director executiv de creație BSSP. "Se merge dincolo de o susținere tipică din partea unei celebrități. Această creație este exclusiv despre a nu-i lăsa pe alții să te definească sau, de fapt, desprea ce alegi tu să te motiveze. Este despre a nu da altora putere asupra ta."

Pe lângă celebritățile și sportivii menționați anterior, reclama "Defy Labels" va include și clienți MINI care nu sunt persoane publice, dar și membrii ai [echipei de curse MINI John Cooper Works](#), care au ales să fie altfel și să spargă tiparele.

Campania va continua să ruleze la televiziune și pe platformele de socializare pe parcursul următoarelor luni pentru a susține lansarea noului MINI Clubman, care este acum disponibil la dealerii MINI de pe teritoriul SUA.

Notă: Pentru materiale de presă, imagini și videoclipuri din culise ale reclamei MINI "Defy Labels", [vizitați comunicatul de presă multimedia](#).

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România
Alexandru Șeremet
Tel.: +40-726-266-224
E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group

Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motocicletă și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 30 de facilități

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



Comunicat de presă

Data 2 februarie 2016

Titlu MINI LANSEAZĂ PROVOCAREA ÎNTR-O RECLAMĂ PENTRU SUPERBOWL, PLINĂ DE STARURI

Pagina 3

de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2015, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,247 milioane de automobile și aproape 137.000 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2014 a fost de aproximativ 8,71 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 80,40 miliarde de euro. La 31 decembrie 2014, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 116.324 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

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

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

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

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.ro

www.presa.mini.ro

www.press.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup-sport.com