

Comunicat de presă

19 decembrie 2016

BMW prezintă "Visionary" - Google Spotlight Story
BMW este prima marcă auto care utilizează o tehnologie de realitate virtuală nouă și inovatoare pentru o modalitate fără precedent de storytelling

București/München. BMW este prima marcă auto din lume care utilizează tehnologia Google Spotlight Stories pentru o modalitate inovatoare de storytelling. Rezultatul este o experiență de brand prin realitate virtuală 360° interactivă ce este transmisă prin intermediul YouTube. "Visionary" oferă o experiență captivantă unică a BMW VISION NEXT 100 - studiul de concept dezvoltat pentru centenarul BMW din 2016. Accesați linkul următor pentru a viziona "Visionary", care este disponibil acum pe YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=vNjF4CeCuXU>.

Prin Google Spotlight Stories, BMW permite fanilor automobilului și ai tehnologiei să exploreze în mod interactiv BMW VISION NEXT 100 într-o combinație spectaculoasă de prezentare de produs și realitate virtuală mobilă sofisticată. Fundamentul este o prezentare video 360°, care este extinsă prin elementele interactive. De acum, utilizatorii pot pătrunde în această experiență prin intermediul aplicației YouTube pentru dispozitive Android, precum și prin aplicație Google Spotlight Stories pentru sistemele de operare iOS și Android.

Revoluționarul vision vehicle BMW VISION NEXT 100 demonstrează capacitatea de inovare și angajamentul mărcii BMW de a rămâne principalul formator al mobilității viitorului. Acest automobil combină sportivitatea unui coupé cu eleganța dinamică a unui sedan - dar, decât să fie o mașină de transport anonim, este un automobil foarte personalizat care este potrivit perfect pentru nevoile în schimbare ale conducătorului. Interacțiunea dintre conducător și automobil este gestionată de Alive Geometry; modurile Boost și Ease oferă varianta operării de către conducător sau de către automobil, iar interiorul mașinii se schimbă în funcție de modul de călătorie.

"«Visionary» prezintă perfect modul în care BMW Group aplică cu măiestrie noile posibilități de comunicații digitale pentru a crea experiențe intense și fascinante", declară Jörg Poggenpohl, director de marketing digital în cadrul BMW Group.

Comunicat de presă

Titlu BMW prezintă "Visionary" - Google Spotlight Story

Pagina 2

"Suntem primul brand auto care utilizează Google Spotlight Stories. Acesta se potrivește perfect cu conceptul propriu al BMW de inovator și creator al viitorului."

"Visionary" a fost creat în comun de BMW și agenția de digital Jung von Matt. Agenția a creat conceptul în strânsă colaborare cu echipa de creație a Google, "ZOO". Ei au fost susținuți suplimentar de agenția de producție Sehnsucht, care a creat designul 3D.

Prin realizarea proiectului, toate părțile implicate s-au angajat într-o strânsă colaborare - de la primul schimb de idei tehnologice și direcții de impact creativ până la producția finală. Rezultatul este un proiect digital inovator, fără precedent, transmis prin intermediul YouTube, cu un accent explicit pe dispozitivele mobile.

Max Lederer, director al Jung von Matt: "Inovația cere curaj - fără încrederea de care ne-am bucurat din partea BMW Group, activitatea revoluționară în crearea «Visionary» nu ar fi fost posibilă. Pentru Jung von Matt, acest proiect a fost o provocare în aceeași măsură în care a fost și pentru celelalte părți implicate. O echipă de specialiști a lucrat cu un software complet nou, care simultan a fost dezvoltat continuu la Mountain View. Împreună cu echipa Google din Germania și SUA, un proiect digital de avangardă a fost creat, care, în opinia Jung von Matt, reprezintă viitorul experienței mobile de brand: storytelling interactiv în spațiul virtual. Întregul proiect a fost încorporat în cadrul campaniei «THE NEXT 100 YEARS» pentru centenarul BMW Group".

Florian Völlmecke, producător interactiv al Google/ZOO Hamburg, despre "Visionary": "Proiectul demonstrează potențialul creativ imens pe care îl are platforma de transmisiuni YouTube în ceea ce privește experiențele de brand și realitatea virtuală. Împreună cu BMW Group și Jung von Matt, am creat o experiență interactivă unică pentru fanii automobilului și pentru utilizatorii YouTube din lumea întreagă".

Comunicat de presă

Titlu BMW prezintă "Visionary" - Google Spotlight Story

Pagina 3

Google Spotlight Stories

Google Spotlight Stories permite spunerea unor povești interactive pe dispozitivele mobile, pe baza aplicației (iOS & Android) cu același nume, precum și pe Spotlight Stories Engine, care este inclus în aplicația YouTube pentru dispozitive Android.

Google Spotlight Stories este o combinație de Storytelling și realitate virtuală mobilă. O funcție de imagine 360° modifică smartphone-ul într-o fereastră spre o altă lume. Interactivitatea este oferită prin senzorii incluși în smartphone (giroscop, touch etc.). Utilizatorul navighează prin experiența video și poate explora suplimentar subcapitole și poate activa alte perspective. Google Spotlight Stories este compatibil cu Google Cardboard. Odată creată, aceeași poveste este valabilă pentru utilizatorii iOS în cadrul aplicației Spotlight Story și suplimentar pentru utilizatorii Android prin aplicația YouTube. Pentru utilizatorii versiunilor desktop și mobile web, un video 360° fără facilitățile de interactivitate va fi oferit ca opțiune alternativă.

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 motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 31 de facilități 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 2015 a fost de aproximativ 9,22 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 92,18 miliarde de

**Comunicat de presă**

Titlu BMW prezintă "Visionary" - Google Spotlight Story

Pagina 4

euro. La 31 decembrie 2015, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 122.244 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