

Sporočilo za medije
15. december 2011

Slovenska predpremiera filma Misija: Nemogoče – Protokol duh.

**Med filmskimi zvezdami filma tudi avtomobili BMW.
Slovenska predpremiera novega BMW serije 3
Limuzina.**

Mesto pod reflektorji si je ob slavnih igralcih razdelila tudi paleta avtomobilov BMW, ki so odigrali glavne vloge v akcijskem trilerju Misija nemogoče 4. Eden izmed avtomobilov, ki jih v filmu vozi Hollywoodski superzvezdnik Tom Cruise, je BMW Vision EfficientDynamics. Po zaslugi širokega nabora naprednih tehnologij v športnem vozilu lahko Cruiseov lik Ethan Hunt varno in pametno navigira po nabito polnih ulicah Mumbaija. V preteklosti je bila vsa pozornost posvečena hitrosti avtomobila; danes pa je inovativna tehnologija BMW ConnectedDrive tista, ki tajnim agentom – in seveda tudi običajnim voznikom – prinaša prednost na cesti. Futuristična oblika konceptnega avtomobila, ki je na cesti pravi posebnost, pritegne poglede tako na zaslonu kot tudi v živo. BMW i8, ki bo razvit na podlagi te konceptne študije, bo pripravljen za redno proizvodnjo v letu 2014. S svojimi lastnostmi (hibridno vozilo s priklopom na električno omrežje, karbonska komora za potnike) bo postavil nova merila za udobje in učinkovito vožnjo s športnimi vozili BMW.

Vloge v filmu, z integriranim užitkom v vožnji, so si razdelili BMW Vision EfficientDynamics, BMW 6 Series Convertible, BMW X3, BMW 1 Series in BMW ConnectedDrive.

Med filmskimi zvezdami iz Münchna najdemo med drugim tudi BMW X3, BMW serije 6 Cabrio in novi BMW serije 1. Prvi, opremljen z inteligentnim štirikolesnim pogonom xDrive, in BMW serije 6 Cabrio, štirisedežnik drzne oblike z odprto streho, sodelujeta v spektakularnem pregonu skozi peščeni vihar v puščavi pri Dubaju. Postavljen pred veličastno kuliso Mumbaija pa je novi kompaktni BMW ključni kamenček v mozaiku, ki skrivnemu agentu Ethanu Huntu omogoči, da opravi svojo misijo.

Glavni junak si pomaga tudi z inovativnimi zmožnostmi BMW ConnectedDrive. BMW zaslon na vetrobranskem steklu (Head-Up Display), opozorilo pred trkom, glasovno aktiviran telefon in navigacija z edinstvenimi podrobnimi digitalnimi zemljevidi je nekaj tehničnih presežkov, ki junaku na velikem zaslonu omogočajo,

Sporočilo za medije

da v boju z zlom prevlada kljub veliki premoči nasprotnikov, obenem pa pri vsakodnevnih vožnji poskrbijo za to, da je ta bolj udobna in varna.

BMW postavlja nove standarde marketinga v zabavni industriji.

S svojim sodelovanjem pri četrtem delu filmske franšize Misija nemogoče BMW znova sodeluje pri velikem filmskem projektu slavne Hollywoodske tovarne sanj in obenem postavlja nove standarde marketinga v zabavni industriji. Tehnologije, kot so BMW ConnectedDrive in BMW EfficientDynamics so vključene v samo zgodbo, tako da je BMW šel korak dlje od običajnega umeščanja svojih izdelkov. Tovrsten pristop – umestitev vozil in tehnologij BMW v samo zgodbo projektov zabavne industrije (filmske uspešnice, TV serije, glasbeni videospoti, videoigre) – ponuja novo dimenzijo v naboru marketinških orodij, ki jih ima na razpolago BMW Group. Ta napredni način umeščanja izdelkov BMW omogoča, da so njihove lastnosti prikazani v razburljivih scenah, ki so distribuirane v globalnih medijih, s čimer navduši in pritegne nove ciljne skupine k blagovni znamki BMW. BMW Group ima pet desetletij izkušenj s sodelovanjem s kreativnimi panogami, kot sta filmska in TV industrija. Od samega začetka je umeščanje izdelkov v tovrstne projekte eden izmed temeljev dolgoročne komunikacije blagovne znamke BMW in izdelkov. Sodelovanje ni omejeno na film in televizijsko produkcijo – BMW Group podpira tudi izobraževalne dogodke in filmske festivale; pri čemer gre tako za velike dogodke kot tudi za manjše prireditve z ambicioznim programom. Bavarski proizvajalec vrhunskih avtomobilov je tako od leta 2010 glavni partner Berlinale, mednarodnega filmskega festivala v Berlinu. Podjetje med drugim podpira tudi bavorske filmske nagrade, priznani festival kratkega filma v Landshutu in kratki filmski teden v Regensburgu. Podjetje podpira tudi produkcijo kratkih filmov na mednarodnem nivoju: posebne omembe je vreden filmski projekt »BMW Shorties«, ki je potekal v Maleziji.

Na slovenski predpremi v Ljubljani je uvoznik za znamko BMW, podjetje BMW Group Slovenija, obiskovalcem predpremierno predstavil tudi novi BMW serije 3 Limuzina, ki na slovenski trg prihaja februarja 2012.

Sporočilo za medije

BMW Group

BMW Group je z blagovnimi znamkami BMW, MINI in Rolls-Royce eden najuspešnejših proizvajalcev avtomobilov in motornih koles na svetu. Kot globalno podjetje BMW Group vključuje 24 proizvodnih obratov v 13 državah, svetovna prodajna mreža pa obsega več kot 140 držav.

BMW Group je v poslovnem letu 2010 prodal približno 1,46 milijona vozil in več kot 110.000 motornih koles.

BMW Group je v poslovnem letu 2009 povsod po svetu prodal približno 1,29 milijona vozil in več kot 87.000 motornih koles. Dobiček pred davki je v letu 2010 znašal 4,8 milijarde evrov ob prihodkih, ki so znašali 60,5 milijarde evrov. 31. decembra 2010 je družba po vsem svetu zaposlovala približno 95.500 zaposlenih.

Uspeh BMW Group je vedno temeljil na dolgoročnem razmišljanju in odgovornem ravnanju. Iz tega naslova se je podjetje znotraj verige ustvarjanja vrednosti zavezalo trajnostnemu razvoju na področju ekologije in družbe, sprejelo celovito odgovornost za proizvode in podalo jasno obvezo za ohranjanje virov, v sklopu integralnega dela strategije podjetja. Kot nagrado za ves vložen trud BMW Group v zadnjih sedmih letih vedno zaseda sam vrh lestvice trajnostnega razvoja svetovnih podjetij po indeksu Dow Jones Sustainability Indexes.

Dodatne informacije:

Gordana Kisilak, predstavnica za odnose z javnostmi BMW Group Slovenija
01/586 73 74 ali gordana.kisilak@partner.bmwgroup.com

Spletna stran: www.bmw.si

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