



Campaña MINI „Defy Labels“. MINI lanza su desafío en el anuncio plagado de estrellas de la Super Bowl

Woodcliff Lake, NJ. Mientras más de 100 millones de espectadores de todo el mundo se preparan para ver la Super Bowl el 7 de febrero, MINI revela su anuncio de 30 segundos, plagado de estrellas, que se emitirá en el tercer cuarto de la noche más importante del año para un anuncio. El anuncio ya está disponible en la microweb de la campaña en MINIUSA.com/defylabels.

El anuncio, creado por Butler, Shine, Stern & Partners (BSSP), muestra muchas de las etiquetas que se le han puesto a la marca a lo largo de los años con un mensaje muy potente: no le importa cómo le llames. “Defy Labels,” tiene su origen en el hecho de que todo y todos tenemos etiquetas, pero lo importante es cómo reaccionas a esas etiquetas. Con el desafío como mensaje principal, la campaña inspira a la gente a dejar a un lado las etiquetas que les haya puesto la sociedad y definirse a sí mismos.

“Desde que se construyó el primer MINI en 1959, se le ha etiquetado de una forma u otra. Es pequeño. Es bonito,” decía Tom Noble, director del departamento MINI Brand Communications, de MINI USA. “Esta campaña asume esas etiquetas de una forma muy auténtica, pero demostrando a la gente al mismo tiempo que MINI es más que eso. Con el lanzamiento del nuevo Clubman, nuestra marca está creciendo, nuestros productos son más sofisticados y es hora de cambiar de conversación.”

La marca ha trabajado con un grupo de atletas y celebridades para ayudar a empezar esa celebración. Manteniéndose fiel a la naturaleza de la campaña, MINI quería incluir a personalidades que tenían una relación con la marca y que podían hablar de verdad sobre el tema de superar etiquetas. El anuncio incluye a la tenista Serena Williams, la jugadora de fútbol Abby Wambach, el rapero T-Pain, el jugador de baloncesto Randy Johnson, la leyenda del monopatín Tony Hawk y el actor Harvey Keitel. Cada uno de ellos también ha filmado una serie de entrevistas, compartiendo su propia perspectiva sobre las etiquetas, que están disponibles en la web de la campaña en MINIUSA.com/defylabels.

Además de los famosos y atletas indicados arriba, el anuncio “Defy Labels” contará con la participación de propietarios de MINI desconocidos y miembros del equipo de competición MINI John Cooper Works, que también deciden ser un poco diferentes y romper las convenciones.

“Este potente concepto sigue la nueva y sofisticada posición de la marca, con un poco de la actitud MINI de siempre,” explicaba John Butler, director creativo de BSSP. “Va más allá del típico apoyo de un famoso. Esta creatividad se basa en no dejar que otros te definan a ti o a lo que decides conducir. Se trata de no darle nunca a los demás poder sobre tí.”