



Información para los medios
16 de enero de 2018

MINI España elige a CHINA y FCB Spain

Con el objetivo de encontrar el mejor partner estratégico integrado, MINI España ha elegido a CHINA+FCB de entre 5 propuestas finalistas, tras un concurso iniciado en Julio de 2017. La colaboración que ahora comienza se establecerá para todas las actividades de comunicación y publicidad de la marca MINI, incluidos los servicios de CRM, Digital, Social Media, Postventa y Dealers.

Según Belén de Ancos, responsable de la marca MINI “estamos muy contentos e ilusionados con esta nueva etapa que iniciamos con CHINA+FCB, convencidos de que tenemos el mejor equipo integrado para poder acometer todos los retos de la marca en los próximos años y con todo ello llevar a MINI a un renovado escenario de éxito”.

El equipo de trabajo de CHINA+FCB para MINI España será liderado por Marta Aguirrezabal (Executive Partner), Maite Flores (Directora de Servicios al cliente), Rafa Antón (Creative Partner y Director Creativo Ejecutivo) y Manu López (Head of Strategy).

En declaraciones de Marta Aguirrezabal: “poder ser el colaborador de todas las actividades de comunicación de una marca de automóviles tan icónica como MINI nos llena de orgullo pero también de compromiso y responsabilidad para hacer un gran trabajo y responder a los objetivos de la marca y el cliente. Estamos seguros que éste será un camino apasionante”.

Actualmente la marca trabajaba con Sr. Rushmore, La Despensa y Ogilvy y la relación de MINI con la nueva agencia comenzará en el presente mes de enero.

BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls Royce, BMW Group es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium, y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. Como empresa global, BMW Group opera 31 sedes de producción y montaje en 14 países, y tiene una red de ventas mundial en más de 140 países.

En 2016, BMW Group vendió alrededor de 2.367 millones de coches y 145.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos para el año fiscal fueron de unos 9,67 mil millones de euros con unos ingresos de 94,16 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2016 BMW Group tenía unos 124.729 empleados.

El éxito de BMW Group se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. En consecuencia, la empresa ha adoptado, como parte integral de su estrategia, la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, la responsabilidad respecto a sus productos y el firme compromiso de preservar los recursos.

www.mini.es

Facebook: <http://www.facebook.com/MINI.Espana>

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

Instagram: <http://instagram.com/miniespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

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