



Información para los medios

15 de marzo de 2021

Launched By: Campaña internacional para el lanzamiento al mercado del nuevo MINI

Artistas, atletas, expertos en diversión al volante y líderes de opinión de todo el mundo presentan la nueva edición del MINI 3 puertas, el MINI 5 puertas y el MINI Cabrio en sus entornos más personales. Una serie de videoclips divididos en ocho capítulos que se emitirán en los diferentes canales de MINI y que mostrarán el entusiasmo por la diversidad, la apertura a lo nuevo y la creatividad que inspira a las personas de diferentes maneras.

Bajo el lema "Launched by ", MINI lanza una campaña global de videoclips para el lanzamiento al mercado de la nueva edición de sus modelos en el segmento de los coches pequeños. Artistas jóvenes y de renombre, deportistas prometedores y expertos en diversión al volante, así como influencers y líderes de opinión de diversas disciplinas, muestran cada uno a su manera cómo ayudan a los modelos MINI 3 puertas, MINI 5 puertas y MINI Cabrio, ampliamente renovados, a hacer una gran entrada en su entorno personal. La serie de ocho cortometrajes se centra en el entusiasmo por la diversidad, la apertura a lo nuevo y la creatividad que inspira a la gente de todo el mundo de las formas más diversas.

Los logros pioneros, las nuevas ideas y el coraje para encontrar soluciones poco convencionales están profundamente arraigados en la tradición de la marca MINI. "Incluso Alec Issigonis, el creador del Mini clásico, fue una mente creativa que dibujó sus primeros bocetos para un nuevo y revolucionario coche pequeño en una servilleta", dice Sebastian Beuchel, director de MINI Global Brand Management. "Esta actitud es la que sigue dándonos forma hoy en día. Por eso, en nuestra campaña "Launched by " mostramos a personas que se atreven a probar algo nuevo e inspiran con sus ideas, cada una a su manera". Con "Launched by ", MINI vuelve a ofrecer una plataforma en la que personas creativas de diferentes disciplinas pueden presentar su visión individual de MINI. Esto también expresa la convicción de que es bueno para la marca no determinar cada detalle por sí misma, sino obtener nuevos impulsos a través de la co-creación y la colaboración.

Los protagonistas de los videoclips de "Launched by " van desde el mundialmente famoso diseñador de moda británico Sir Paul Smith hasta la patinadora profesional estadounidense Briana King, y desde Charlie Cooper, nieto del legendario diseñador de coches deportivos John

Cooper, hasta la influencer digital Miquela, que ya tiene más de tres millones de seguidores en Instagram. Todos ellos se enfrentaron a la misma pregunta: "¿Cómo lanzarías un MINI?

Las respuestas fueron tan variadas como la vida en aquellos mercados globales donde MINI tiene éxito. El fotógrafo y director británico Rankin retrató a personas que tienen una conexión personal con la marca británica para su personal puesta en escena del MINI 5 puertas. Jonathan Jay Lee, ilustrador de Hong Kong, convirtió al MINI 3 puertas en el protagonista de una trepidante tira cómica. La contribución del artista pastelero turco Tuba Geçkil fue una delicia epicúrea. En su estudio Red Rose Cake de Estambul, creó una versión literalmente dulce del MINI Cabrio. La artista pop británica Lakwena también se decidió al MINI Cabrio. Inspirada por la nueva pintura para carrocerías Zesty Yellow, creó un mural en Londres con colores brillantes y un mensaje claro: #BIGLOVE.

La campaña para el lanzamiento al mercado de la nueva edición de los modelos MINI 3 puertas, MINI 5 puertas y MINI Cabrio es, por tanto, un reflejo del carácter de la comunidad MINI en todo el mundo, en la que la alegría de la individualidad y la experiencia emocional en una fuerte comunidad se complementan de forma ideal y perfecta. "MINI es sinónimo de diversidad, alegría de vivir y unidad. Las personalidades y sus historias en nuestra campaña 'Launched by' son tan diversas como la diversión de conducir nuestros nuevos modelos", explica Sebastian Beuchel. "Esto muestra el significado de la afirmación 'Aunque somos diferentes, juntos somos mejores'. La diversidad, en todas sus formas, es un importante estímulo para las ideas y las innovaciones.

La campaña de lanzamiento al mercado "Launched by" incluye un video corto previo, así como ocho historias editoriales de hasta un minuto de duración que se utilizarán en los canales y plataformas digitales internacionales de MINI. Por primera vez, MINI también utiliza la popular aplicación de vídeo social TikTok como plataforma de comunicación. "Con TikTok estamos abriendo otro canal de medios sociales de rápido crecimiento para los mensajes de la marca MINI, en el que queremos inspirar a un grupo objetivo joven y digitalmente afín", dice Sebastian Beuchel.

*El consumo de combustible, las cifras de emisiones de CO₂, el consumo de energía y la autonomía se midieron con los métodos exigidos según el Reglamento VO (CE) 2007/715 en su versión modificada. Se refieren a los vehículos del mercado automovilístico en Alemania. En cuanto a la autonomía, las cifras del NEDC tienen en cuenta las diferencias en el tamaño de las ruedas y los neumáticos seleccionados, mientras que el WLTP tiene en cuenta los efectos de cualquier equipamiento opcional.

Todas las cifras se han calculado ya sobre la base del nuevo ciclo de pruebas WLTP. Los valores NEDC indicados se han calculado de acuerdo con el procedimiento de medición NEDC, en su caso. Los valores WLTP se utilizan como base para la evaluación de los impuestos y otros gravámenes relacionados con

los vehículos que se basan (también) en las emisiones de CO2 y, en su caso, para los fines de las subvenciones específicas para los vehículos. Para más información sobre los procedimientos de medición WLTP y NEDC, consulte www.bmw.de/wltp.

Para más detalles sobre las cifras oficiales de consumo de combustible y las emisiones oficiales específicas de CO2 de los coches nuevos, consulte el "Manual sobre el consumo de combustible, las emisiones de CO2 y el consumo de energía de los coches nuevos", disponible en los puntos de venta, en Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen y en <https://www.dat.de/co2/>.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el líder mundial en la fabricación de automóviles y motocicletas de primera calidad y también proporciona servicios financieros y de movilidad de primera calidad. La red de producción del Grupo BMW comprende 31 sedes de producción y montaje en 15 países; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2020, el Grupo BMW vendió más de 2,3 millones de vehículos de pasajeros y más de 169.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el año fiscal 2019 fue de 7.118 millones de euros sobre unos ingresos de 104.210 millones de euros. A 31 de diciembre de 2019, el Grupo BMW tenía una plantilla de 126.016 empleados.

El éxito del Grupo BMW siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por lo tanto, la empresa ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, la responsabilidad integral del producto y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.mini.es

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

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

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

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

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