BMW GROUP Hellas

THE NEXT 100 YEARS

Δελτίο Τύπου
20 Απριλίου 2016

“Eyes on Gigi”: Διαδραστική καμπάνια για τη νέα BMW M2 Coupé.

Μοναδική ταινία σε σκηνοθεσία Marc Forster με μία θεαματική χορογραφία αυτοκινήτων και πρωταγωνίστρια τη γοητευτική σταρ της πασαρέλας Gigi Hadid.

Μόναχο. Με την ευκαιρία του λανσαρίσματος της νέας BMW M2 Coupé στις 16 Απριλίου, η BMW παρουσίασε μία ψηφιακή καμπάνια. Πρωταγωνιστές της ταινίας “Eyes on Gigi” είναι η νέα BMW M2 Coupé και η Αμερικανίδα Gigi Hadid, διάσημη στο χώρο της πασαρέλας, στην πρώτη της εμφάνιση σε διαφήμιση αυτοκινήτου.

Οι δυναμικές επιδόσεις και η ευελιξία της νέας BMW M2 Coupé και η αισθησιακή ομορφιά και έμφυτη κομψότητα της γοητευτικής Gigi Hadid ενέπνευσαν το διάσημο κινηματογραφικό παραγωγό και σεναριογράφο Marc Forster να δημιουργήσει κάτι πολύ ασυνήθιστο. Ο ίδιος έχει σκηνοθετήσει στο παρελθόν ταινίες όπως “James Bond – Quantum of Solace”, “Monster’s Ball” και “World War Z”.

‘Eyes on Gigi’.
Η ταινία αρχικά προβάλλεται αποκλειστικά στο YouTube και στο Facebook από τις 14 Απριλίου και καλεί τους θεατές να παίξουν ένα πολύ διαφορετικό παιχνίδι ‘παραπλάνησης’: Ξεκινώντας, η Gigi Hadid μπαίνει σε μία από τις τρεις παρκαρισμένες BMW M2 Coupé. Από εκεί και μετά, ο θεατής δεν πρέπει να χάσει από τα μάτια του τη Gigi και τη BMW M2 Coupé στην οποία μπήκε.

Την επόμενη στιγμή, δύο ακόμα BMW M2 Coupé μπαίνουν στο παιχνίδι και μία καταιγιστική χορογραφία ξεκινά – κάνοντας την παρακολούθηση σχεδόν ακατόρθωτη.
Στο τέλος και οι πέντε M2 Coupé ακινητοποιούνται και ο θεατής πρέπει να αναγνωρίσει σε ποια από όλες βρίσκεται η Gigi Hadid.

Το θεαματικό ‘one-shot’ stunt γυρίστηκε σε ένα αεροδρόμιο στην Έρημο Mojave της Καλιφόρνια, υπό της οδηγίες του οσκαρικού κάμεραμαν Mauro Fiore (“Avatar”, “The Equalizer”). Η διαδραστική έκβαση του παιχνιδιού ολοκληρώνεται στον ειδικό ιστότοπο EyesOnGigi.com, όπου ο θεατής μπορεί να παρακολουθήσει την επική χορογραφία από προοπτική 360 μοιρών.

Το 'Eyes on Gigi' σηματοδοτεί επίσημα το ντεμπούτο συνεργασίας του top model από το Los Angeles με μία μάρκα αυτοκινήτων. «Είμαστε χαρούμενοι που η Gigi Hadid δέχτηκε να γίνει το πρόσωπο της παγκόσμιας καμπάνιας μας για τη νέα BMW M2 Coupé», σχολίασε ο Uwe Dreher, επικεφαλής Διεθνών Επικοινωνιών Μάρκας BMW, BMW i και BMW M. «Η Gigi και η M2 ταιριάζουν τρομερά: και οι δύο είναι ισχυρές προσωπικότητες με συναρπαστικά χαρίσματα».

Η Hadid δεν μπορούσε να κρύψει τον ενθουσιασμό της: «Η BMW είναι θρυλική μάρκα. Το γεγονός ότι γίνομαι το πρόσωπο αυτής της καμπάνιας είναι σίγουρα μία σημαντική στιγμή της καριέρας μου. Η M2 είναι τόσο cool και απολαυστική».

Η καμπάνια ξεκινά για πρώτη φορά 'ψηφιακά'.
Η ψηφιακή διαφήμιση δίνει το έναυσμα για μια ολοκληρωμένη παγκόσμια καμπάνια μέσω τηλεοπτικών, ψηφιακών και κοινωνικών μέσων και καναλιών CRM, από τις 14 Απριλίου. Αυτή η ψηφιακή προσέγγιση του "Eyes on Gigi" ωφελείται επίσης από την έντονη παρουσία της Hadid στα social media. Με 16.1 εκατομμύρια συνδρομητές στο Instagram, σχεδόν 1.9 εκατομμύρια followers στο Twitter και περίπου 2.6 εκατομμύρια φίλους στο Facebook, η Hadid είναι ένα πρόσωπο με ισχυρή επιρροή σε αυτό τον τομέα.

Εάν ένας παίκτης επιλέξει τη σωστή BMW M2 Coupé, η προηγμένη ψηφιακή αρχιτεκτονική της καμπάνιας οδηγεί στην ψηφιακή έκθεση μιας BMW M2 Coupé στην εταιρία πωλήσεων BMW στη χώρα του παίκτη.

Στη Hadid άρεσε η πρωτότυπη καμπάνια. «Όταν με πλησίασαν για την παρουσίαση αυτής της ιδέας, τη λάτρεψα και με τίμησε η πρόταση που μου έγινε. Πέρασα καταπληκτικά δουλεύοντας στο project».

Θέλοντας να διασφαλίσει τη συνέχιση της οδηγικής απόλαυσης για τη νέα φίλη της μάρκας, η BMW θα χορηγήσει στη Hadid τη δική της BMW M2 Coupé για έξι μήνες.

Δημιουργικά γραφεία:
KBS (New York) / Serviceplan (Hamburg)

- Τέλος Δελτίου Τύπου -

Το BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI και Rolls-Royce. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 30 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2015, το BMW Group πούλησε 2.247.000 αυτοκίνητα και 137.000 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το 2015 ήταν 9.22 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα

92.18 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2015, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 122.244 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊοντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

www.bmwgroup.com
Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: http://twitter.com/BMWGroup
YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview
Google+: http://googleplus.bmwgroup.com

BMW Group Hellas
Κωνσταντίνος Διαμαντής
Corporate Communications
Τηλέφωνο: +30 2109118151
Fax: +30 210 9118007
e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr