



Mercedes-Benz

Informacja prasowa
28 listopada 2022 r.

Współpraca Mercedes-Benz przy filmie „Avatar: Istota wody” 20th Century Studios

- Globalna kampania promocyjna poprzedza grudniową premierę filmu w kinach; jej kluczowe przesłanie brzmi: „Ziemia jest naszą Pandorą”
- Strategiczna współpraca marki spod znaku trójkątnej gwiazdy, z naciskiem na zrównoważony rozwój, szacunek i wartości społeczne, które łączą przesłanie filmu z podróżą Mercedes-Benz do elektrycznej przyszłości
- Całkowicie elektryczne pojazdy oraz zaawansowane technologie – cyfrowa i autonomiczna – przedstawiają podróż Mercedes-Benz ku sztuce kreowania samochodów godnych pożądanego

Mercedes-Benz wkracza w kolejną fazę strategicznej współpracy z „Avatar: Istota wody” i 20th Century Studios. Misją tego partnerstwa jest połączenie kluczowych kwestii, takich jak zrównoważony rozwój, mobilność przyszłości, technologia i innowacje, z emocjonującym doświadczeniem marki spod znaku trójkątnej gwiazdy. Trwa już wspólna globalna kampania promocyjna długo oczekiwanego filmu „Avatar: Istota wody” od 20th Century Studios, którego premiera w kinach odbędzie się 16 grudnia. Jej przekaz, oparty na idei „Ziemia jest naszą Pandorą”, koncentruje się na odpowiedzialności za naszą planetę, wzmacniając korporacyjne przesłanie Mercedes-Benz: „Każde działanie się liczy. Dołącz do naszej podróży do w pełni elektrycznej przyszłości”. Ekskluzywny materiał wideo prezentuje poruszające obrazy środowiska i zjawiskowe lokalizacje z filmu „Avatar: Istota wody” – jakby nie z tego świata. Zasoby kampanii, takie jak klip reklamowy <https://youtu.be/-HbSLqA06hQ>, przedstawiają też elektryczne samochody marki Mercedes-EQ, w tym najnowszy model EQE SUV.

Kampania będzie prowadzona na kluczowych rynkach Mercedes-Benz na całym świecie i obejmie telewizję, kino oraz media cyfrowe i społecznościowe. Promocyjne zasoby są dostępne w długościach 30, 20, 15 i 10 sekund. W Polsce, wykorzystywane są spoty 15 oraz 30 sekundowe, emitowane na najpopularniejszych platformach VOD (IPIA, TVN Player, czy TVP Player), jak i w serwisach wideo (Grupa mediowych między innymi takich jak Wirtualna Polska, Eurozet, NaTemat, czy TVN). Ponadto, w kampanii wykorzystywane są kanały społecznościowe jak Tik Tok, Meta (Facebook), Instagram czy LinkedIn oraz platforma numer jeden, jeśli chodzi o content wideo: YouTube. Ze względu na charakter współpracy Mercedes-Benz przy filmie „Avatar: Istota wody”, nie mogło zabraknąć serwisu Filmweb, który to jest jedną z najpopularniejszych platform w Polsce.

Mercedes-Benz Group AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 7 11 17-0 | faks +49 7 11 17-222 44 | dialog@mercedes-benz.com | group.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz Group AG, Stuttgart | Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart, nr w Rej. Handl.: 19360

Prezes Rady Nadzorczej: Bernd Pischetsrieder

Zarząd: Ola Källenius, Prezes; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Więcej informacji na temat oficjalnego zużycia paliwa i oficjalnych wartości emisji CO₂ nowych samochodów osobowych można znaleźć w „Przewodniku po zużyciu paliwa, emisjach CO₂ i zużyciu energii elektrycznej” dla nowych samochodów osobowych, bezpłatnie dostępnym we wszystkich punktach sprzedaży

i od Deutsche Automobil Treuhand GmbH, pod adresem www.dat.de.



oraz Mercedes-Benz są zastrzeżonymi znakami towarowymi Mercedes-Benz Group AG (Stuttgart, Niemcy).

z contentem filmowo-rozrywkowym, nadając emisji spotu perfekcyjny kontekst i dopasowanie. Kampania uzupełnia koncept, który zainicjował koncepcyjny pojazd VISION AVTR, inspirowanym światem AVATAR.

„AVATAR to jedna z odnoszących największe sukcesy serii filmowych na świecie, której przestanie wpisuje się również w etos Mercedesa i nasze cele określone w strategii Ambition 2039. My również jesteśmy przekonani, że potrzebujemy większego szacunku dla natury i musimy chronić jej zasoby. Wspólna promocja filmu „Avatar: Istota wody” stanowi część naszej podróży jako firmy – podzielamy narrację historii AVATAR o potrzebie znalezienia równowagi pomiędzy interesami środowiskowymi, ekonomicznymi i społecznymi. To dla nas źródło inspiracji w realizacji naszej zrównoważonej strategii biznesowej” – powiedział Ola Källenius, dyrektor generalny Mercedes-Benz Group AG.

„Jesteśmy podekscytowani naszą globalną współpracą z Mercedes-Benz” – powiedział Jon Landau, producent filmu „Avatar: Istota wody”. „Ta kampania wzbogaca projekt VISION AVTR, zainspirowany „Avatarem” – dzieło naszego zespołu Lightstorm Entertainment oraz wizjonerskich designerów Mercedes-Benz”. James Cameron, reżyser, scenarzysta i producent filmu „Avatar: Istota wody”, dodał: „Wspólnie z Mercedes-Benz stworzyliśmy kampanię opartą na opowieściach o świecie Pandory, która dodatkowo ukazuje nasze wspólne wartości społeczne oraz szacunek dla świata, w którym żyjemy, i kładzie nacisk na zrównoważony rozwój. Nie możemy doczekać się rozpoczęcia kampanii oraz chwili, gdy podzielimy się naszym nowym filmem z fanami na całym świecie”.

Do 2030 r., o ile pozwolą na to warunki rynkowe, flota Mercedes-Benz będzie wyłącznie elektryczna. Obecnie gama producenta luksusowych samochodów ze Stuttgartu obejmuje osiem modeli z napędem elektryczno-akumulatorowym: EQA, EQB, EQC, EQE, EQE SUV, EQS, EQS SUV oraz EQV. Do tego dochodzą sportowe warianty modeli EQE, EQE SUV i EQS sygnowane przez Mercedes-AMG. Oznacza to, że już dziś firma oferuje auto w pełni elektryczne w każdym segmencie, w którym jest reprezentowana. Łącząc innowacje, pracę zespołową oraz wspólną determinację w ochronie zasobów, produkcyjne modele Mercedes-EQ i wizjonerskie pojazdy koncepcyjne opowiadają historię tego, co można osiągnąć teraz i w przyszłości. Przykład: samochód badawczy VISION EQXX, zaprezentowany na początku 2022 r., oferuje namacalny, zupełnie realistyczny krok naprzód w zakresie techniki aut elektrycznych i zrównoważonego rozwoju. Z kolei koncepcyjny pojazd VISION AVTR, zaprezentowany na targach elektroniki użytkowej CES w 2020 r. w Las Vegas, stanowi ucieleśnienie wizji projektantów, inżynierów i badaczy trendów Mercedes-Benz – ich wyobrażenia mobilności w odległej przyszłości.

„Fuzja bionicznego designu i technologii w przekazie naszej kampanii akcentuje znaczenie współistnienia ludzkości i natury” – powiedziała mówi Bettina Fetzer, wiceprezes Mercedes-Benz AG ds. komunikacji i marketingu. „Nasza wspólna kampania promocyjna to kolejny kamień milowy we współpracy Mercedes-Benz z twórcami filmu „Avatar: Istota wody” i, jak dotąd, najszersze partnerstwo pomiędzy Mercedes-Benz AG a konkretnym filmem”.

VISION AVTR – zainspirowany „Avatarem”

Mercedes-Benz VISION AVTR stanowi rezultat niezwyklej globalnej współpracy pomiędzy AVATAR – jedną z najbardziej innowacyjnych marek filmowych w branży rozrywkowej – a Mercedes-Benz, ósmą najbardziej wartościową marką na świecie (według rankingu raportu Interbrand 2022). Nazwa tego przełomowego pojazdu koncepcyjnego wywodzi się od słów ADVANCED VEHICLE TRANSFORMATION (z ang. zaawansowana transformacja pojazdu). Biometryczna łączność z autonomicznym konceptem oferuje zupełnie nowy wymiar interakcji pomiędzy człowiekiem, maszyną oraz naturą. Jego organiczny język stylizacji, z naprężonymi liniami

i łukowatym profilem, łączy nadwozie i wnętrze w emocjonującą całość. Zrównoważone materiały, takie jak wegańska skóra DINAMICA®, wykonana z materiałów pochodzących z recyklingu, szybko rosnący Karuun® (rattan) oraz organiczne, nadające się do kompostowania materiały akumulatora wpisują się w koncepcję gospodarki o obiegu zamkniętym. Trzydzieści trzy bioniczne klapy z tyłu pojazdu mogą komunikować się ze światem zewnętrznym za pomocą płynnych ruchów i subtelnych gestów. Zamiast konwencjonalnej kierownicy VISION AVTR ma wielofunkcyjny element sterujący umieszczony na konsoli środkowej. Kiedy podróżujący położy na nim dłoń, pojazd rozpoznaje go na podstawie tętna, a wnętrze ożywa. Gdy użytkownik podniesie rękę, inteligentny system zaprezentuje na dłoni wybór menu, umożliwiając intuicyjną obsługę poszczególnych funkcji.

„Avatar: Istota wody” – informacje

Akcja filmu toczy się ponad dekadę po wydarzeniach z jego pierwszej części. „Avatar: Istota wody” przybliży historię rodziny Sully (Jake, Neytiri i ich dzieci) – opowiada o ich kłopotach, o wszystkim, co robią, aby dbać o swoje bezpieczeństwo, o bitwach, które toczą, by pozostać przy życiu, oraz o tragediach, z jakimi muszą się borykać.

„Avatar: Istota wody” to film wyreżyserowany przez Jamesa Camerona, wyprodukowany przez Jamesa Camerona i Jona Landau. Jego producentami wykonawczymi są David Valdes i Richard Baneham. W filmie występują m.in.: Sam Worthington, Zoe Saldana, Sigourney Weaver, Stephen Lang, Cliff Curtis, Joel David Moore, CCH Pounder, Edie Falco, Jemaine Clement, Giovanni Rabisi i Kate Winslet. Premierę filmu zaplanowano na 16 grudnia 2022 r.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 22 312 72 22, e-mail: tomasz.mucha@mercedes-benz.com

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz Group AG

Mercedes-Benz Group AG to jeden z odnoszących największe sukcesy koncernów motoryzacyjnych na świecie. Grupa obejmująca Mercedes-Benz AG jest jednym z największych oferentów samochodów osobowych luksusowych i klasy premium oraz samochodów dostawczych. Mercedes-Benz Mobility AG oferuje kredyty, leasing, abonamenty samochodowe, wynajem samochodów, zarządzanie flotą, usługi cyfrowe związane z ładowaniem i płatnościami, pośrednictwo w zakresie ubezpieczeń oraz innowacyjne usługi mobilnościowe. Założyciele firmy, Gottlieb Daimler i Carl Benz, przeszli do historii, konstruując w 1886 roku pierwszy samochód. Motywacją i zobowiązaniem dla Mercedes-Benz, jako pioniera motoryzacji, jest kształtowanie przyszłości mobilności w sposób bezpieczny i zgodny z ideą zrównoważonego rozwoju. Firma stawia przy tym na innowacyjne i zielone technologie oraz na bezpieczne, wysokiej jakości pojazdy, które fascynują i zachwycają. Mercedes-Benz nieprzerwanie inwestuje w rozwój wydajnych napędów oraz wyznacza kierunek ku całkowicie elektrycznej przyszłości: Marka z trójramienną gwiazdą dąży do osiągnięcia celu, jakim jest motoryzacja w pełni elektryczna – wszędzie tam, gdzie pozwolą na to warunki rynkowe. Obierając ten strategiczny cel – przejście od „Electric first” do „Electric only” – Mercedes-Benz przyspiesza transformację prowadzącą do motoryzacji bezemisyjnej i opartej na oprogramowaniu. Ponadto przedsiębiorstwo intensywnie rozwija rozwiązania w zakresie inteligentnej łączności sieciowej swoich pojazdów i autonomicznej jazdy, a także nowe koncepcje mobilności. Odpowiedzialność za społeczeństwo i środowisko naturalne Mercedes-Benz postrzega jako wyzwanie oraz zobowiązanie. Mercedes-Benz oferuje swoje pojazdy i usługi w niemal wszystkich krajach świata, a jego zakłady produkcyjne zlokalizowane są w Europie, Ameryce Północnej i Łacińskiej, Azji oraz Afryce. Oprócz Mercedes-Benz, najcenniejszej na świecie luksusowej marki motoryzacyjnej (źródło: badanie Interbrand, 20.10.2021 r.), oraz Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes EQ i Mercedes me, portfolio marek obejmuje również marki Mercedes-Benz Mobility: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services i Athlon. Przedsiębiorstwo notowane jest na giełdach we Frankfurcie i Stuttgarcie (skrót giełdowy MBG). W 2020 roku koncern zatrudniał łącznie ok. 288 500 pracowników i sprzedał 2,8 mln pojazdów. Obroty w tym okresie kształtowały się na poziomie 154,3 mld euro, a zysk operacyjny EBIT wyniósł 6,6 mld euro.