



Mercedes-Benz

Kampania nowego Mercedesa GLA

Informacja prasowa

Nowy Mercedes-Benz GLA: „Zaprojektowany na bezdroża. Daje radość w mieście”

22 maja 2020 r.

Stuttgart. Wyrusz w dziką przygodę, wspinając się po górach i pokonując przeszkody: Mercedes-Benz przełamuje stereotypy związane z komunikacją swojego najnowszego SUV-a. Kampania nowego GLA pod hasłem „Zaprojektowany na bezdroża. Daje radość w mieście” stawia tradycyjne reklamowe scenariusze na głowie. W humorystyczny sposób odnosi się do tego, że GLA oferuje liczne rozwiązania pozwalające zapuszczać się w teren, ale mało kto wykorzystuje ich potencjał. Trzonem kampanii są cztery spoty telewizyjne. 20- i 30-sekundowe filmiki przedstawiają mieszkańców miast, którzy bezpiecznie docierają GLA w odległe miejsce i sami siebie wystawiają tam na próbę. Szybko jednak osiągają własne granice – woda w morzu okazuje się jest zdecydowanie za zimna, a spotkanie z dużym strusiem budzi przerażenie – i wracają do miejsca, do którego oni i ich GLA należą: do miasta. Te zabawne „zderzenia z rzeczywistością” we wdzięczny sposób zwracają się do grupy docelowej nowego SUV-a – są wesołe, celne i ironiczne. Ogólnoeuropejska kampania wystartuje jeszcze w maju.

Materiały filmowe zostały wyprodukowane przez agencję Anorak. Wyreżyserował je Sebastian Strasser, którego filmy promocyjne zdobyły ponad 150 nagród, w tym 16 Lwów w Cannes. Za kamerą stanął Holender Hoyte van Hoytema, zdobywca kilku Oscarów. Także niektórzy aktorzy to znane gwiazdy filmowe – np. Brytyjczyk Mark Ryder, który wystąpił w filmie

„Robin Hood” i serialu „Prawdziwa historia rodu Borgiów”, a w reklamie wciela się w rolę surfera.

„W naszej kampanii GLA celowo zrywamy z tradycyjną mechaniką i komunikatami, które są powszechne w przypadku aut terenowych – prawda jest taka, że niewiele kompaktowych SUV-ów widziało prawdziwe bezdroża” – mówi Bettina Fetzer, dyrektor marketingu Mercedes-Benz AG. „Jako marka przystępna, chcemy portretować naszych klientów w ich codziennym życiu i tam ich spotykać – z humorem i odrobiną autoironii”.

Zintegrowana kampania GLA stanowi komunikacyjny restart po przerwie z powodu pandemii COVID-19. Oprócz klasycznych formatów filmowych obejmuje ona wiele innych środków – od specjalnej strony internetowej z relacjami z Instagrama oraz treściami wideo po drukowaną reklamę zewnętrzną ze zdjęciami autorstwa francuskiej fotografki Alice Moitié. Reklamy drukowane i plakaty zapraszają na jazdę próbną i zachęcają do bezkontaktowych zakupów w sklepie internetowym.

Od końca czerwca kampania GLA zostanie uzupełniona kolejną kampanią, dotyczącą Klasy A, Klasy A Limuzyna, Klasy B, CLA Coupé i CLA Shooting Brake w specjalnych wersjach EDITION 2020. Będzie ona utrzymana w podobnym stylu i również wykorzysta zdjęcia Alice Moitié – tak, aby wszystkim kompaktom Mercedesa zapewnić spójny przekaz w mediach.

Polską wersję spotu nowego GLA można znaleźć pod następującym linkiem:

<https://www.youtube.com/watch?v=a4QHOSRvqlw>

Nowy Mercedes-Benz GLA to usportowiony, lifestyle'owy model w przebojowej rodzinie SUV-ów spod znaku trójdramiennej gwiazdy. W porównaniu do poprzednika ma znacznie bardziej wyrazisty charakter. Jest od niego o ponad 10 cm wyższy, a poza odpowiednio wyższą pozycją siedzącą zapewnia podróżującym z przodu więcej przestrzeni nad głową. Wzrosła także ilość miejsca na nogi z tyłu – i to pomimo faktu, że nowy GLA jest o około 1,5 cm krótszy. „Off-roadowe” elementy stylistyczne oraz opcjonalny napęd na wszystkie koła 4MATIC akcentują możliwości GLA także na nieutwardzonych drogach. Za sprawą mocnych, efektywnych 4-cylindrowych jednostek napędowych, nowoczesnych systemów wspomagania kierowcy, intuicyjnego w obsłudze systemu multimedialnego MBUX, eleganckiego panoramicznego ekranu i kompleksowego systemu kontroli komfortu ENERGIZING nowy SUV ma wszystkie atuty obecnej generacji kompaktowych modeli Mercedes-Benz.

Kontakt:

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22