**BMW & TBWA, proud sponsors of empty roads**

**BMW et TBWA, fiers sponsors d'une Belgique déserte**

**C'est avec fierté que BMW Belux lance son nouveau spot TV. TBWA a imaginé un film un peu à part dans lequel les Diables Rouges ne jouent pas le rôle principal. Car en tant que défenseur du vrai plaisir de conduire, cette année, BMW ne sponsorise pas de footballeurs, mais bien... des rues désertes. Le film, mis entre les mains du réalisateur Michaël Bombeeck et du directeur de la photographie Piet Deyaert, a été tourné exclusivement en Belgique. Une première pour la marque automobile allemande.**

“Depuis 2012, BMW contribue, en tant que partenaire fidèle, au succès des Diables Rouges. Ce qui est déjà une aventure magnifique. Cette année, nous voulions renforcer encore davantage cette belle connexion”, déclare Ewoud Van der Heyden, directeur marketing de BMW. Seulement, en tant que marque automobile, il n'est pas simple de revendiquer un rôle clair. Voilà pourquoi TBWA a imaginé une campagne avec l'approche suivante : le choix de montrer des rues désertes. Car tout le monde sait que, durant un match des Diables, il n'y a pas un chat sur la route. Le véritable plaisir de conduire est alors à portée de main.

“Quand BMW est venu nous voir pour nous demander d'imaginer une activation autour de ce partenariat, nous avons directement senti qu'il y avait là une belle opportunité”, explique Steven Janssens, directeur créatif. “Voilà pourquoi nous avons choisi d'élargir un peu le briefing. La création est venue avec une ligne forte, après quoi, nous avons – avec une saine ambition – proposé un film. Le client nous a suivis. Plein d'enthousiasme. Une décision grâce à laquelle nous sommes sur un petit nuage depuis maintenant un peu plus d'un an.”

Une production belge pour une marque automobile telle que BMW devient rare. “Il est de notoriété publique que nous tournons peu ou pas de publicités pour les voitures en Belgique”, poursuit Steven Janssens. “Le fait que nous ayons pu collaborer avec une équipe composée de grands talents a rendu les choses encore plus chouettes pour nous. Toute l'équipe a travaillé dur pendant 3 jours d'affilée pour parvenir à ce résultat. En plus de Tubize, nous avons également tourné à Vilvorde, Grand-Bigard, Rendeux et – vous avez probablement reconnu – dans le centre de Bruxelles.”

Pour la production, TBWA a fait appel à Michaël Bombeeck. Un réalisateur expérimenté qui se consacre depuis plusieurs années aux productions automobiles. Avec Piet Deyaert, ils sont parvenus à un résultat très cinématographique. La campagne comprend, outre un film, des social recuts et du bannering.

“Pour rendre tout cela encore plus tangible pour le grand public, la voiture présentée dans le spot publicitaire pourra également être vue à Brussels Airport. Et les concessionnaires sont impliqués dans l'histoire. Ils recevront ainsi chacun une veste à l'effigie des Diables Rouges", ajoute Ewoud Van der Heyden.