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

**BMW en TBWA, fiere sponsors van een leeg België**

**BMW Belux lanceert met trots haar nieuwe tv-spot. TBWA bedacht een ietwat aparte film waarbij de Rode Duivels eens geen hoofdrol spelen. Want als voorvechter van echt rijplezier sponsort BMW dit jaar geen voetballers, maar – jawel – lege straten. De film in handen van regisseur Michaël Bombeeck en DOP Piet Deyaert werd uitsluitend in België gedraaid. Een unicum voor het Duitse automerk.**

“Sinds 2012 bouwt BMW als trouwe partner mee aan de successen van de Rode Duivels. Het is al een fantastische rit geweest. Dit jaar wilden we deze mooie connectie nog verder versterken”, aldus BMW marketing directeur Ewoud Van der Heyden. Alleen is het als automerk niet eenvoudig om een duidelijke rol te claimen. Daarom bedacht TBWA een campagne met als insteek: de voorliefde voor lege straten. Want iedereen weet dat er tijdens een wedstrijd van de Rode Duivels geen kat op de baan is. Echt rijplezier ligt er zo voor het grijpen.

“Toen BMW bij ons kwam aankloppen met de vraag om een activatie te bedenken rond het partnership, voelden we meteen dat hier een mooie opportuniteit lag”, zegt CD Steven Janssens. “Daarom kozen we ervoor om de briefing wat breder te trekken. Creatie kwam op de proppen met een sterke lijn, waarna we – met wat gezonde ambitie – een film voorstelden. De klant is ons daarin gevolgd. Vol enthousiasme. Een beslissing die ons intussen iets langer dan een jaar op wolkjes doet lopen.”

Een Belgische productie voor een automerk als BMW is stilaan zeldzaam geworden. “Het is algemeen geweten dat wij in België weinig tot geen *car commercials* draaien”, gaat Steven Janssens verder. “Dat we konden samenwerken met de lichting toptalenten, misschien wel het beste Belgische elftal ooit – maakte het voor ons nog extra fijn. Het hele team heeft zich 3 draaidagen lang hard ingezet om tot dit resultaat te komen. Naast Tubize werd er ook gedraaid in Vilvoorde, Groot-Bijgaarden, Rendeux en – u herkende allicht – centrum Brussel.”

TBWA deed voor de productie een beroep op Michaël Bombeeck. Een ervaren regisseur die zich al enkele jaren toelegt op autoproducties. Samen met Piet Deyaert zorgden zij voor een zeer filmisch resultaat. De campagne omvat naast een film, social recuts en bannering.

“Om alles voor het grote publiek nog tastbaarder te maken is de wagen uit de commercial ook te zien in Brussels Airport. En worden de dealers bij het verhaal betrokken. Zo krijgen ze allen een Rode Duivels jasje”, aldus Ewoud Van der Heyden