**Communiqué de presse**

**21 mai 2013**

MINI et TBWA se moquent bien des règles.

Dans la nouvelle campagne de TBWA, MINI confirme une fois encore qu’elle est la marque auto la plus fun au monde. Et l’esprit rebelle qui la caractérise se traduit ici par une utilisation originale des médias. “Rules? No thanks.”

La campagne joue à chaque fois avec les conventions du média. En outdoor par exemple, les affiches 16 et 36m2 sont placées verticalement, à l'envers, ou ont leurs différentes feuilles collées dans le mauvais ordre. Dans les magazines, les annonces bousculent également les attentes du lecteur d’une chouette façon.

Wim Verbeurgt, marketing manager MINI Belux: “C’est une campagne originale qui illustre parfaitement comment le conducteur d’une MINI voit le monde qui l’entoure, et l'esprit espiègle et rebelle de la MINI en est une fois de plus la preuve".

Pour plus d’infos, veuillez contacter Wim Verbeurgt chez MINI (03/890.97.82) ou Bénédicte Ernst chez TBWA (0475/76.09.32).

Credits

Client: MINI Belux - Wim Verbeurgt & Pierre-Anne Jacqmain

Creative Director: Frank Marinus

Creative Team: Najate El Achari & Joris Luyten

Account Team: Bénédicte Ernst & Hadoum Ghassab

Strategy: Bert Denis

Media: outdoor, magazines & online