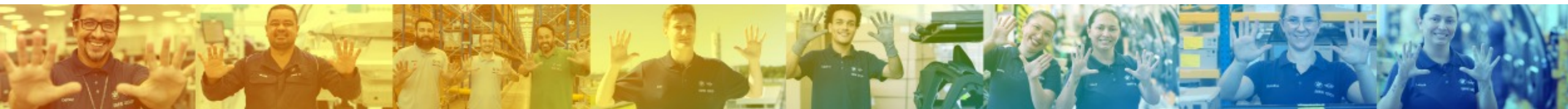




PLANTA ARAQUARI É 10!
A CELEBRAÇÃO DE UMA DÉCADA DE INOVAÇÃO.



CONTEXTO

O ano de 2024 marcou conquistas históricas para a Planta Araquari: 10 anos de operação, 100.000 veículos produzidos e o início da fabricação do BMW X5 PHEV, o primeiro híbrido plug-in da América do Sul. Esses **marcos reforçaram o papel estratégico da fábrica** para o BMW Group na região.

Era a oportunidade de transformar esses números e feitos em uma **narrativa envolvente, capaz de gerar conexão emocional** com colaboradores, comunidade e imprensa.



DESAFIO

Mais do que organizar uma festa, a missão foi **engajar mais de mil colaboradores ao longo de oito meses**, criando expectativa crescente até o grande dia.

Era preciso **comunicar de forma inspiradora a importância dos marcos históricos** e, ao mesmo tempo, integrar comunicação interna e externa em uma narrativa única que reforçasse a relevância da planta.



OBJETIVOS

A campanha buscou reforçar a importância estratégica da Planta Araquari para o BMW Group Brasil, **valorizando suas conquistas e preparando o terreno para o futuro.**

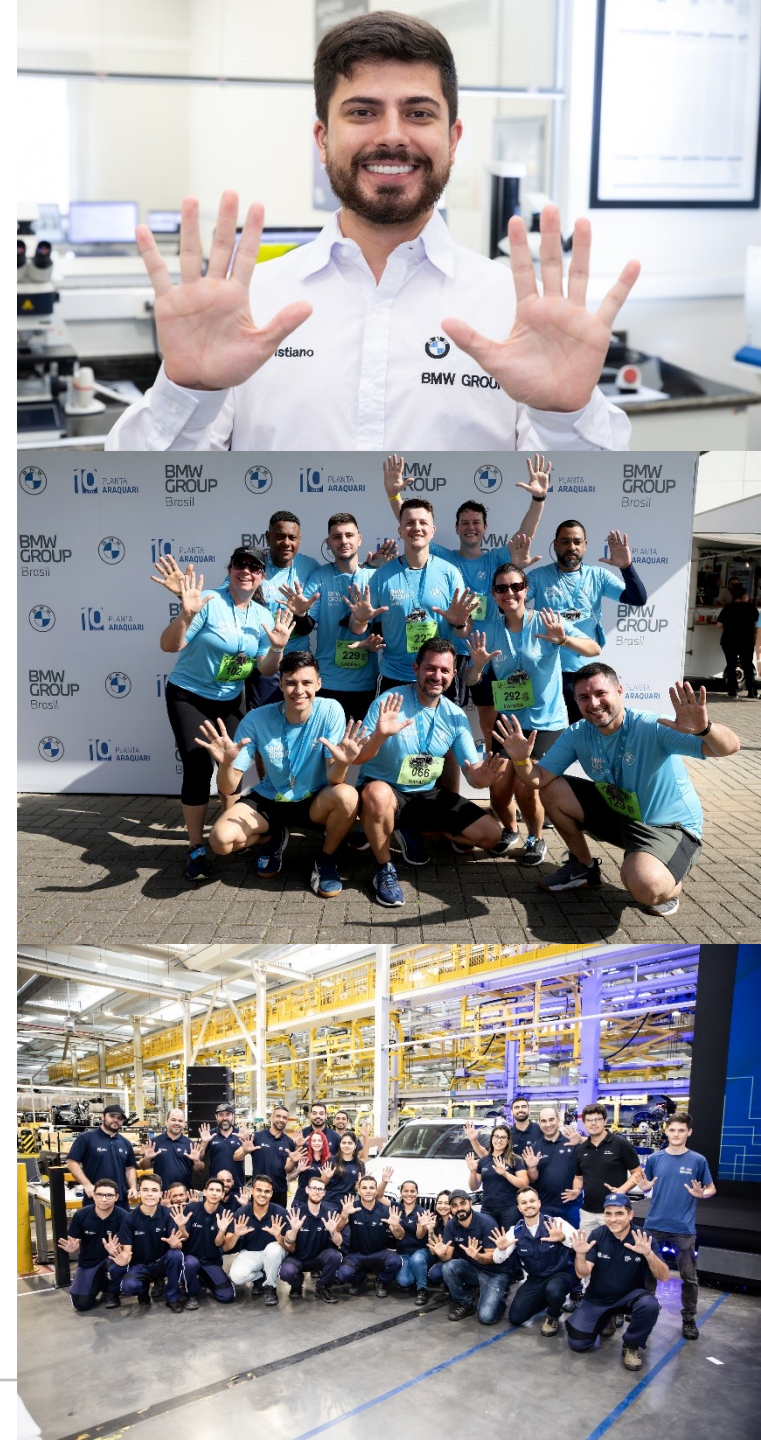
Ao mesmo tempo, teve como objetivos **inspirar orgulho de pertencer, engajar colaboradores como protagonistas da celebração** e ampliar a visibilidade da fábrica junto à imprensa e à sociedade.



ESTRATÉGIA

Inspirada no clima de Copa do Mundo, a campanha foi pensada para **aumentar gradualmente a emoção até o ápice da celebração**. Essa narrativa de "contagem regressiva" foi traduzida em mensagens, ações e ativações ao longo de todo o ano.

O slogan **Planta Araquari é 10!** deu identidade à campanha, com variações temáticas e visuais. O gesto das mãos abertas com 10 dedos se tornou símbolo da comemoração, presente em materiais, ativações e no evento final.



ATIVAÇÕES DE DESTAQUE

Entre as iniciativas mais marcantes estiveram os quizzes sobre a história da fábrica, a **gincana corporativa** que envolveu 30% dos colaboradores em atividades de bem-estar e impacto social, a exposição de desenhos dos filhos dos associados sobre o futuro da BMW, e quase mil pessoas se engajaram na **2º Corrida e Caminha BMW Group Brasil**, com percursos de 3,2 km e 10 km.

Houve também a **prévia do BMW X5 PHEV** para os colaboradores, uma linha do tempo com os principais marcos da planta e a ambientação do restaurante interno com fotos de colaboradores replicando o gesto dos "10 dedos".



O GRANDE EVENTO

O ápice da campanha foi **a maior celebração já realizada na fábrica**, reunindo colaboradores, autoridades e executivos globais em um palco montado na linha de produção. Parte do evento foi transmitida ao vivo para toda a América Latina.

Destaques incluíram a estreia do **vídeo drone com imagens inéditas da planta**, a entrega do presente especial feita pelos líderes, um almoço festivo com bolo de 10 metros e o **lançamento da edição limitada do BMW Série 3, edição especial de 10 anos**, com apenas 100 unidades produzidas.



RESULTADOS

A campanha transformou um aniversário institucional em uma **experiência imersiva**, conectando mais de mil colaboradores à estratégia do BMW Group Brasil.

Externamente, a campanha conquistou **mais de mil novos seguidores** no Instagram, alcançando a marca de 5.000, e gerou grande repercussão com o vídeo drone, que teve **44 mil visualizações**. A mídia nacional destacou as conquistas da planta, reforçando a imagem da BMW como inovadora e estratégica no Brasil.

O orgulho de pertencer foi fortalecido, e o modelo de comunicação criado se mostrou replicável para futuros marcos do BMW Group.



