



Comunicado de prensa
08 / 09 / 2017

Más allá del placer de conducir: lujo innovador, al estilo BMW.

La nueva presencia de la marca, que acompaña la ofensiva del fabricante de vehículos premium en el segmento de lujo, centrada en: la conveniencia, las experiencias exclusivas y los momentos inolvidables en el tiempo.

Múnich. Como parte de la próxima ofensiva, BMW ha desarrollado una nueva presencia para sus vehículos de lujo que ve el perfeccionamiento del perfil y del posicionamiento de los integrantes más exclusivos de su gama en una diferente categoría de producto. Los próximos BMW Serie 8 y BMW X7, así como el BMW i8 y el próximo BMW i8 Roadster, se unirán al BMW Serie 7 en la línea del segmento de lujo de la marca que se amplió considerablemente. Estos autos apelan fuertemente al corazón, por lo que están particularmente bien situados para enriquecer el característico estilo de vida de los clientes de este segmento mediante experiencias auténticas y emocionalmente atractivas. La identidad y la actitud que comparten los modelos elite de BMW se retoman en un logotipo recién diseñado que combina una versión en blanco y negro del medallón del fabricante que, por primera vez, se utilizó hace 100 años con el nombre completo, "Bayerische Motoren Werke", de la empresa. La nueva presencia de los modelos del segmento de lujo de la marca se dará a conocer por primera vez en la Exposición Internacional del Automóvil (IAA) 2017, en Frankfurt, del 14 al 24 de septiembre de 2017.

Con su clásica y sobria estética y el nombre original de la compañía detallado, el logotipo destaca la inimitable historia de BMW. La audacia de explorar conceptos y soluciones independientes y la capacidad de asumir desafíos y salir de ellos más fuerte, son elementos profundamente arraigados del legado BMW. Este enfoque que abarca todo, desde el primer motor aeronáutico con récord mundial en altitud hasta el lanzamiento de la submarca BMW i, ha demostrado ser una receta para el éxito y ha logrado mostrar la pasión, la confianza y el don de la empresa para traer el futuro a nuestros días. Es evidente también en el estilo de vida de un público objetivo acostumbrado a probar cosas nuevas, a tomar la iniciativa y a elegir un camino libre e independiente en la vida.

"Para estas personas, la vida se trata de aprovechar de la mejor manera el tiempo que les toca", señala Hildegard Wortmann, Vicepresidente senior de la marca BMW. "Su lema es 'poseer el momento'; es decir, aprovechar al máximo cada foto instantánea del tiempo con cosas importantes y hermosas".

El espíritu pionero y de pensamiento libre crea un lujo continuo.

El lujo en un vehículo que representa el fruto de una experiencia sin igual en diversos

campos del desarrollo. Un lujo auténtico, convincente y sobre todo moderno se basa en un cúmulo de tradición y espíritu pionero; está arraigado en años de experiencia, profundización del conocimiento y un talento para la innovación. Los modelos emblemáticos de la cartera de BMW encarnan una nueva comprensión del lujo; una que reúne una emotividad definida por la estética inspiradora y la alegría de conducir con la experiencia de la libertad y la individualidad autodeterminada.

El desarrollo continuo del lujo como concepto está estrechamente vinculado con los números 7 y 8 en el esquema de modelos BMW. El sedán de lujo BMW Serie 7 ha servido como un modelo del placer de conducción exclusivo, según el estilo inconfundible de la marca desde hace 40 años. En otras partes de la gama, el uso vanguardista, dinámico e innovador de la forma, por no mencionar la fuerza del avance tecnológico, sigue dando forma a la fascinación del BMW Serie 8, cuyo linaje se remonta a 1989. La nueva serie 8 destila elegancia, dinamismo y lujo en la esencia consagrada de un BMW coupé. El híbrido plug-in BMW i8, mientras tanto, ha escrito el primer capítulo en el futuro de los autos deportivos. En resumen, las innovaciones basadas en logros innovadores, como el uso de fibra de carbono en los autos producidos en serie, el estacionamiento controlado a distancia y la luz láser de BMW, señalan el carácter progresivo de la actual familia de lujo de los automóviles BMW.

Experiencias inspiradoras, momentos únicos en el tiempo.

BMW está enfocando su atención en el desarrollo continuo de las relaciones con clientes, en la experiencia y la emoción, y en las ofertas personalizadas. El objetivo de la marca es ofrecer a los clientes una experiencia de movilidad especial para todos los días, gracias a servicios únicos y mejorados. Las citas de servicio futuras se llevan a cabo como parte de un servicio de entrega y devolución que se adapta exactamente a las necesidades individuales del cliente. Y el servicio de movilidad adicional, especialmente concebido para clientes de automóviles de lujo, ofrece flexibilidad y libertad inigualables. Es decir, si un conductor de un BMW Serie 7 necesita transporte adicional, puede saltar directamente a un BMW X7. Mientras que para disfrutar de un fin de semana deportivo, se pondrá a su disposición un BMW Serie 8. De hecho, el emocionante valor añadido está a la mano en cualquier momento, no sólo a través de la sustancia del propio auto del conductor, sino a través de servicios diseñados para ofrecer experiencias enriquecedoras.

La línea de modelos y servicios de BMW para el segmento de lujo en expansión global se complementa con un mundo de experiencias que toman como ejemplo los requisitos particulares de un grupo objetivo moderno e internacional y que va más allá del placer de conducir un auto. El programa BMW i Pure Impulse Experience para propietarios de los autos BMW i8 ha preparado el camino para que los clientes de todo el mundo disfruten algunos eventos culturales, de estilo de vida y viajes excepcionales, desde excursiones exclusivas y cenas de gala en restaurantes galardonados con estrellas Michelin hasta visitas a los Grammy Awards en Los Ángeles, a la Feria de Arte de Basilea en Hong Kong y a las carreras de caballos de White Turf en St. Moritz.

El compromiso de la compañía de ofrecer una experiencia de movilidad muy especial, y el deseo, tan típico de BMW de dar vida a momentos únicos de inspiración ve a la marca embarcarse en la ofensiva más grande del segmento de

lujo en su historia. "Estamos construyendo un ecosistema de lujo de servicios y experiencias únicas que abarca toda la gama de modelos de lujo y crea momentos extraordinarios e inolvidables", explica Wortmann.

El amplio historial de BMW de apelar a las emociones refleja su amor por los momentos especiales y su audacia en la creación de esas experiencias para los clientes y los aficionados. Lleva la Colección BMW Art Car, una serie de "obras de arte sobre ruedas" sin comparación en todo el mundo. Desde 1975, artistas de renombre de todo el mundo han convertido modelos producidos en serie y coches de carreras de la marca en exposiciones de museo ampliamente admiradas. Entre las expresiones destacadas de la autenticidad de BMW Art Car Collection destacan el que muchas de estas exclusivas obras de arte han celebrado su estreno no en una exposición, o evento similar, sino en la pista de autos.

Estos momentos memorables en el tiempo y lugares de experiencia exclusiva son también los lugares más adecuados para que BMW entre en contacto con clientes potenciales y, por lo tanto, se convierten en el momento ideal para presentar la nueva categoría de productos. "BMW necesita estar presente en aquellos lugares donde pasan tiempo sus clientes objetivo del segmento de lujo", agrega Wortmann. "Aquí no somos sólo un fabricante de automóviles, sino un socio que entiende la vida de lujo y es un protagonista en ese mundo".

Consulte más información sobre las cifras oficiales de consumo de combustible, los valores específicos de las emisiones de CO₂ y el consumo de energía eléctrica de los vehículos para pasajeros nuevos en la siguiente directriz: "Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Directriz sobre el consumo de combustible, emisiones de CO₂ y consumo de energía eléctrica de los vehículos para pasajeros nuevos), que puede obtenerse en cualquier concesionaria de Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen y en: <http://www.dat.de/en/offers/publications/guideline-for-fuel-consumption.html> LeitfadenCO2 (GuidelineCO2) (PDF – 2.7 MB).

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2016, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 367 mil vehículos y alrededor de 145 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2015 fue de aproximadamente 9 mil 22 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 92 mil 18 millones de euros. El 31 de diciembre de 2015, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 122,244 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Para mayores informes favor de contactar a:

BMW Group Argentina

Dan Christian Menges
Corporate Communications Manager
BMW Group Argentina
TEL: (+54-11) 5555-6127
Fax: (+54-11) 5555-6115
E-mail: Prensa@bmw.com.ar

Información sobre BMW Group Argentina y sus productos, con textos y un archivo fotográfico en alta resolución, se puede encontrar en Internet en el BMW PressClub (Club de Prensa) de Argentina:
<https://www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/ar/startpage.html>