



“WE ARE M”. BMW M celebra su 50 aniversario con una emotiva campaña.

- Película sobre la reunión de equipo de BMW M.
- Campaña de un año resumida en cuatro capítulos.
- El año del aniversario anticipa la transformación de la marca: nuevo desempeño, electrificación y lujo expresivo caracterizarán a BMW M en el futuro.

Buenos Aires, 24 de febrero 2022. Cuando se celebre el 50 aniversario de la fundación de BMW M GmbH el 24 de mayo, las celebraciones ya estarán en pleno apogeo. Las celebraciones por el aniversario comienzan el 24 de febrero con un evento único: en una película, varios vehículos BMW M junto con sus conductores se congregan para una reunión de equipo. Este tipo de reunión para coordinar estrategias, motivarse y animarse unos a otros se conoce en casi todos los deportes de equipo. Tiene una puesta en escena impresionante con muchos modelos BMW M.

La película sobre esta reunión tan deportiva muestra de una manera muy emotiva de qué se trata la comunidad internacional de BMW M. Por muy diferentes que sean los vehículos y su gente, a todos les encanta el latido acelerado y la piel de gallina que provoca cada BMW M. Emocionados y entusiastas como son, siguen su propio camino, son valientes y toman una postura. Lo que los une es la pasión por ese sentimiento especial que experimenta cada conductor de un BMW M. Todos sienten: “WE ARE M”.

“Estamos orgullosos del gran comienzo de nuestro año de aniversario el 24 de febrero. La película “Huddle Speech” sigue la tradición de películas extraordinarias para BMW M, aunque es diferente: presagia nuestra transformación. Miramos hacia el futuro, pero continuamos creando una sensación de hogar que define a la gran base de fanáticos de BMW M”, dice Timo Resch, Jefe de Clientes, Marca y Ventas de BMW M GmbH. “Queremos celebrarlo con toda la afición y con nuestra comunidad internacional. Por eso tenemos sorpresas preparadas por todos los canales de comunicación, durante todo el año. Tenemos muchas ganas de que llegue”.

“WE ARE M” representa todo lo que fue y seguirá siendo.

El slogan creado especialmente para el año del aniversario muestra el sentimiento de la campaña: BMW M es extremadamente multifacético, siempre aparece diferente y nuevo, pero reconocible al instante. Desde el BMW M1 Procar y el BMW i4 M50 hasta el BMW XM Concept: BMW M se



define por un verdadero fuego artificial de vehículos. Lo que los une, a pesar de todas sus diferencias, es esta característica principal: ser BMW M, por lo tanto, siempre diferente, único y vanguardista, que es exactamente lo que distingue a la campaña.

La campaña de 50 años se divide en cuatro capítulos, cada uno de los cuales se activa durante un período de un trimestre. Mientras que el primer capítulo, el "Huddle Speech", anuncia el tema básico de los 50 años de BMW M, el segundo será predominantemente sobre los 50 años de historia del automovilismo de BMW M. El tercer capítulo trata sobre la electrificación, mientras que el cuarto se centra en el estilo de vida único. Durante el transcurso del año, BMW M GmbH presentará una gran cantidad de nuevos vehículos espectaculares. Además, la marca se presentará en numerosos eventos internacionales importantes. El "emblema del aniversario de BMW Motorsport" presentado recientemente es solo una de las muchas sorpresas más para la comunidad mundial de BMW M.

Con su legado, BMW M apunta al futuro.

La comunicación holística con motivo del 50 aniversario también repasa la historia sin precedentes de BMW M GmbH: experiencias, logros y éxitos en el segmento de rendimiento y alto rendimiento. Un ejemplo de ello es la campaña digital "Only in M Town" del año 2018, que, ya en ese momento, les dio a los entusiastas de BMW M la sensación de estar en casa.

Pero BMW M no se duerme en sus laureles. Utiliza esta fuerza para su futura transformación. Como ya implican los próximos tres capítulos de la campaña, BMW M está orientado hacia un nuevo rendimiento, la electrificación y el estilo de vida típico de BMW M. Porque BMW M es y seguirá siendo "The Ultimate Driving Machine". Después de medio siglo y en el futuro.

Link al video de la campaña: https://youtu.be/Jt_JL29K6Us

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, 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 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2021, BMW Group vendió más de 2,5 millones vehículos y más de 194 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120.726 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera



consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Gonzalo Rodiño
Tania Silva

gonzalo.rodino@bmw.com.ar
tania.silva@partner.bmw.com.ar