



Comunicato stampa N. 40/07

San Donato Milanese, 3 aprile 2007

“Think like no one”. BMW Serie 1 a Zona Tortona Design

Dal 18 al 23 aprile - in occasione della settimana milanese del design – la prima compatta premium firmata BMW torna da protagonista al Press&Meeting Point di via Tortona 35 con un'installazione che 'riflette' i pensieri del popolo del design. L'ingresso è gratuito previa registrazione su www.zonatortona.com. Anteprima per la Stampa il 17 aprile dalle 17 alle 19

BMW Serie 1 per il Press&Meeting Point. Non solo courtesy car

BMW Serie 1, l'elegante e sportiva due volumi del BMW Group - la cui gamma di modelli recentemente rinnovata è stata presentata in anteprima mondiale allo scorso salone dell'auto di Ginevra -, partecipa in perfetto stile 'One like no one' alla settimana milanese del design (17-23 aprile 2007) con una installazione interattiva davvero unica realizzata per il Press&Meeting Point di Zona Tortona Design 2007. La prima compatta premium firmata BMW conferma così la propria attenzione per la kermesse del design milanese, che anche lo scorso anno l'ha vista attiva e presente in quello che è uno dei quartieri di Milano più affollati e frequentati dal popolo del design.

Il Press&Meeting Point - allestito al T35 in via Tortona 35 a Milano da ZOT srl - è il luogo dell'incontro e dell'informazione di Zona Tortona Design. È un vero e proprio centro servizi principalmente rivolto alla stampa e agli operatori del settore dove poter sostare, riposare, lavorare o discutere. L'anteprima Stampa è in programma martedì 17 aprile dalle 17 alle 19. L'ingresso è gratuito previa registrazione su www.zonatortona.com dal 18 al 23 aprile con orario continuato 10-22. Per l'occasione BMW Serie 1 mette nuovamente a disposizione una piccola flotta di vetture per gli spostamenti di vip e organizzatori all'interno del circuito Zona Tortona e in città. Un servizio di courtesy car particolare, visto che la personalizzazione grafica è stata studiata appositamente per richiamare l'installazione 'Think like no one' presente all'interno del Press&Meeting Point.

“Think like no one”, lo specchio tecnologico che riflette i pensieri dei visitatori

Progetto di dotdotdot, "Think like no one" è l'installazione interattiva allestita al piano terra del T35. Unica nel suo genere, è stata battezzata così in omaggio al claim di BMW Serie 1.

"Ai progettisti di dotdotdot - ha detto Alessandro de Angelini, direttore marketing BMW - abbiamo chiesto di realizzare un'installazione che, a partire dai valori di BMW Serie 1 quali unicità, orientamento al design e all'innovazione tecnologica, fosse in grado di dare una chiara sensazione di esclusività ai visitatori facendo in modo che essi percepiscano come unica la loro presenza. Ciò è stato possibile grazie alla capacità dell'installazione stessa di riconoscere la loro individualità e di creare nel contempo una dimensione ludica immediatamente fruibile, all'interno della quale essi si sentano coinvolti, introducendo un effetto sorpresa di facile comprensione, ma nello stesso tempo accattivante e partecipativo."

Società
BMW Italia S.p.A.

Società del
BMW Group

Sede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)

Telefono
02-51610111

Telefax
02-51610222

Internet
www.bmw.it
www.mini.it

Capitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.
MI 1403223

N. Reg. Impr.
MI 187982/1998

Codice fiscale
01934110154

Partita IVA
IT 12532500159

“L’idea - hanno spiegato Martina Profumo e Francesca Callegari, rispettivamente marketing manager e special events manager di ZOT srl - è stata quella di realizzare una sorta di grande specchio tecnologico. L’installazione ‘Think like no one’ interessa infatti tutta la parete del Meeting Point al piano terra del T35. Grazie a una telecamera nascosta dietro la superficie di proiezione, la scena viene riprodotta sullo schermo come se questo fosse un grande specchio. La telecamera, collegata a un computer dotato di un software di video tracking, è in grado di catturare e mappare le azioni che avvengono nell’ambiente. Nel caso specifico essa reagisce come un sensore alla presenza delle persone: ogni singolo visitatore che guarda lo schermo/specchio vede la propria immagine accompagnata da un balloon contenente una frase, un pensiero o semplicemente una parola. Il contenuto dei balloon può essere veicolato dai visitatori stessi inviando degli sms dal proprio cellulare. Ogni balloon segue il proprio autore-visitatore nello spazio cambiando grandezza secondo il punto di vista e la prospettiva. In altri termini, l’installazione è selettiva: solo chi guarderà lo specchio tecnologico avrà il suo balloon.”

‘One like no one’. Una strategia di comunicazione all’insegna dell’unicità

Partendo dal concetto che la nuova BMW Serie 1 è assolutamente unica come chi l’ha scelta e la guida, la compatta premium del BMW Group è al centro di un progetto di comunicazione iniziato nel giugno **2004** con il lancio del sito www.onelikenoone.it. Ideato, come tutta la campagna, dall’agenzia D’Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO, il website ufficiale si propone come magazine in cui trovare tutto ciò che fa tendenza ed è fuori dagli standard nel mondo del cinema, della musica e del lifestyle.

A questa prima fase teaser segue la vera e propria fase di lancio della vettura, partita nel settembre 2004 con il primo spot declinato su stampa, TV, cinema e affissioni. Nei filmati o nelle immagini vengono messe in mostra scene di vita quotidiana, attraverso cui ci si rende conto di quanto sia difficile distinguersi e affermare la propria individualità. Protagonisti assoluti sono i numeri, come quelli posti sul braccialetto al polso dei neonati, sulla maglia da basket, sul tavolo al ristorante.

Da ‘Art is One’ al non conformismo dello spot firmato D,L,V,BBDO

Nel giugno **2005** BMW Serie 1 lega il suo nome ad ‘Art is One’, una serie di serate uniche organizzate a Verona, Milano, Roma, Torino e Napoli. Eventi esclusivi nel corso dei quali, supportati da vjsession intensamente suggestive e divertenti monologhi, cinque diversi artisti contemporanei quali Daniele Girardi, Adalberto Abbate, Andrea Buglisi, Mauro Soggiu, Christian Leperino, hanno coinvolto i presenti nelle loro creazioni. Vere e proprie opere d’arte sono state prima create, poi “fatte a pezzi”, e infine offerte in piccole parti ai presenti, che hanno così avuto qualcosa di speciale da serbare in ricordo di un’esperienza davvero unica e irripetibile.

Il tema dell’unicità ritorna anche nell’ultimo spot realizzato per BMW Serie 1, in onda con due distinti soggetti nel gennaio **2006**. I filmati, contraddistinti dal claim ‘One like no one’ e dal particolare taglio cinematografico, si ispirano al tema del doppio, del ‘doppelganger’, ed esprimono il desiderio di unicità e indipendenza dei giovani. Talento, temperamento, carisma, non conformismo e self-confidence sono le caratteristiche fondamentali della clientela-tipo della BMW Serie 1, gli stessi valori espressi dagli spot pubblicitari.

'Night is One'. Cinque creativi d'eccezione in gara per il party perfetto

Nel corso del **2006** BMW Serie 1 torna a farsi promotrice di una serie di appuntamenti dal titolo "Night is One. Digital Art and Music Prize", dedicati al proprio pubblico di riferimento e affidati alla direzione artistica di personaggi unici e innovativi come lo chef Carlo Cracco (Milano, 8 aprile), l'esuberante conduttrice Victoria Cabello (Firenze, 21 giugno), il poliedrico Samuel (Roma, 3 luglio), il carismatico dj Claudio Cocolutto (Napoli, 29 settembre), l'attrice Stefania Rocca.

In un contesto di confronto, ricerca e innovazione tipico dei grandi appuntamenti come il Salone del Mobile a Milano, Pitti Immagine Uomo a Firenze, l'Estate Romana nella capitale, la Notte Bianca a Napoli, Club to Club e Artissima in novembre a Torino, "Night is One. Digital Art and Music Prize" si propone quale evento unico e imperdibile, capace di offrire un approccio inconsueto e originale alle culture digitali. Compito dei cinque curatori - scelti tra i più stimolanti della creatività italiana - è dar vita al party perfetto, in cui la perfezione sia data dalla capacità di innovare, stupire e divulgare utilizzando strumenti e contenuti innovativi. Recentemente una giuria di esperti del mondo della comunicazione - chiamata da BMW Serie 1 a giudicare quale fosse l'evento ideato nel rispetto del concetto creativo più unico ed esclusivo in linea con il claim 'One like no one' - ha premiato fra tutte proprio la serata torinese, curata da Stefania Rocca.

BMW Serie 1. La prima compatta premium si rinnova nel segno EfficientDynamics

BMW Serie 1 rappresenta la vera novità nel segmento delle compatte premium e resta l'unica automobile di questo segmento a offrire con la propria trazione posteriore il tipico piacere di guida di una BMW. Il passo lungo, con sbalzo anteriore corto, la linea del padiglione ribassata con la tipica inclinazione della linea del montante posteriore, il caratteristico frontale con la mascherina di sempre e i doppi fanali le conferiscono un aspetto grintoso e inconfondibile. Grazie a una nuova inedita combinazione di sportività e funzionalità e un design di carattere, essa è in grado di offrire un piacere di guidare senza compromessi.

La rinnovata gamma di modelli presentata in anteprima mondiale al salone dell'auto di Ginevra (8-18 marzo) introduce una nuova variante di carrozzeria - per la prima volta la nuova BMW Serie 1 è disponibile sia come pratica cinque porte sia come sportiva e agile tre porte -, interventi mirati al design del modulo anteriore e posteriore, accenti cromatici freschi, l'utilizzo di materiali pregiati negli interni e nuovi propulsori che, rispetto ai modelli precedenti, offrono una potenza maggiorata e un'ulteriore riduzione dei consumi e delle emissioni, in linea con la strategia BMW EfficientDynamics. La gamma di potenza si estende da 85 kW / 115 CV fino a 195 kW / 265 CV. I prezzi chiavi in mano spaziano da quello d'ingresso di 24.100 euro per il modello 116i, al top di gamma rappresentato dal modello 130i versione M Sport da 38.100 euro.

Per ulteriori informazioni contattare:

Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Telefono: 02.51610.294 Fax 02.51610.0294
E-mail: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com