



Comunicato stampa N. 61/07

San Donato Milanese, 23 aprile 2007

ADCI Awards 2007. BMW Group Italia è “Cliente dell’Anno”

Il primo premio per la “migliore comunicazione commerciale italiana” è stato assegnato domenica 22 aprile a BMW Group Italia S.p.A. durante la serata di premiazione all’Atahotel Executive di Milano. Qualità, creatività, costanza e coerenza hanno consentito alla filiale italiana della Casa di Monaco di aggiudicarsi la prima edizione del riconoscimento assegnato dalla giuria di esperti dell’Art Directors Club Italiano

L’Art Directors Club Italiano premia BMW Group Italia

BMW Group Italia è stata protagonista agli ADCI Awards 2007 durante la cerimonia di premiazione avvenuta nella serata di domenica 22 aprile presso l’Atahotel Executive di Milano. Premiata in qualità di “Cliente dell’Anno” per la “migliore comunicazione commerciale italiana”, la filiale italiana della Casa di Monaco si è aggiudicata la prima edizione dell’autorevole riconoscimento messo in palio dall’Art Directors Club Italiano (ADCI).

L’istituzione di questo nuovo riconoscimento all’interno di un appuntamento ventennale come quello degli ADCI Awards è in linea con la strategia dell’associazione, i cui obiettivi sono - tra gli altri - quelli di migliorare gli standard della creatività nel campo della comunicazione e delle discipline a essa collegate e di promuovere la consapevolezza dell’importanza di questi standard all’interno della comunità aziendale, istituzionale e del pubblico in genere.

BMW Group Italia si è aggiudicata il premio “Cliente dell’Anno” superando in finale Enel e Rai, selezionate anch’esse da Pasquale Barbella, presidente super partes degli ADCI Awards 2007, e dai sette presidenti di giuria, tutti professionisti della comunicazione creativa. All’assegnazione del premio hanno contribuito i voti degli iscritti all’ADCI.

Il commento di Alessandro de Angelini, direttore marketing BMW Group Italia “È per noi un grande onore - ha dichiarato Alessandro de Angelini, direttore marketing BMW Group Italia ritirando il premio - ricevere un riconoscimento così prestigioso da parte dell’Art Directors Club. E lo è ancora di più se consideriamo che è il primo anno in cui viene attribuito al cliente e che siamo arrivati alla short list finale insieme a Enel e Rai quale unica marca automobilistica e unica azienda straniera del gruppo”.

“Questo riconoscimento – ha continuato de Angelini - non è solo un premio per il lavoro svolto in questi anni, ma è anche un’autorevole testimonianza del fatto che non c’è contraddizione tra il coraggio nella creatività e i risultati, sia in termini d’immagine di marca sia in ambito commerciale”.

Il parere della giuria degli ADCI Awards 2007

Premiando BMW Group Italia la giuria degli ADCI Awards 2007 ha voluto premiare l’azienda che negli ultimi anni ha posto maggior attenzione e continuità nella qualità della propria comunicazione commerciale. Coerenza, capacità strategiche, qualità e stile

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

BMW Group

Corporate Communications

costanti nel tempo sono le ragioni che hanno portato ad assegnare il riconoscimento. In particolare la giuria degli ADCI Awards 2007 ha premiato BMW Group Italia "per aver dimostrato, dal 1990 al 2006 e specialmente negli ultimi sette anni, una ammirabile costanza nell'alta qualità delle sue campagne pubblicitarie, nel rifiuto dei cliché, nell'intelligente sensibilità nei riguardi del pubblico. BMW Italia è nella rosa dei clienti più cari all'Art Directors Club Italiano, per essere entrata con i suoi lavori ben 91 volte nei suoi Annual e per aver meritato un considerevole numero di riconoscimenti: 1 Grand Prix, 4 Ori, 10 Argenti, 9 Bronzi. Questo premio ulteriore vuole essere un incoraggiamento a BMW Italia e a tutti gli utenti italiani a considerare sempre di più la comunicazione fra le opportunità di innovazione e progresso".

Azienda premium. Anche nella comunicazione

"In Italia - ha aggiunto de Angelini - BMW è diventato un benchmark non solo nel segmento del mercato dell'auto, ma più in generale nel mondo dell'advertising, grazie alla continua ricerca di un linguaggio unico e innovativo che vuole trasmettere più la dimensione del sogno che quella della tradizionale comunicazione di prodotto. Questa scelta ci ha distinto anche all'interno del BMW Group: le campagne italiane infatti sono riconosciute per la loro forza e la loro peculiarità, tratti che le rendono interpreti privilegiate del 'piacere di guidare'".

"Da ultimo mi preme sottolineare il ruolo trainante avuto dell'azienda – ha concluso il direttore marketing BMW Group Italia -. Senza nulla togliere al contributo dell'agenzia creativa D'Adda, Lorenzini, Vigorelli, BBDO, che ringrazio per l'eccellente lavoro fatto in questi anni, siamo assolutamente convinti che l'azienda abbia un ruolo fondamentale nel raggiungimento della qualità e della creatività nella comunicazione, concordando con lo spirito che il premio assegna al brand".

Con i suoi tre brand, BMW, MINI e Rolls-Royce Motor Cars, il BMW Group è leader nel settore premium del mercato automobilistico internazionale. Per raggiungere questo obiettivo l'azienda investe il proprio patrimonio e le proprie risorse in tutti quei campi che, dalla ricerca e sviluppo alle vendite e al marketing, consentono il miglioramento dei prodotti e dei servizi al cliente. La comunicazione commerciale di prodotto è parte attiva di questo impegno e rientra nella strategia aziendale BMW Group nel nostro Paese.

Per ulteriori informazioni contattare:

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

Media website: www.press.bmwgroup.com