



Comunicato stampa N. 200/10

San Donato Milanese, 25 novembre 2010

Le nuove BMW K 1600 GT e K 1600 GTL presentate al Trussardi alla Scala di Milano in una serata esclusiva

BMW Motorrad ha organizzato un incontro con gli entusiasti possessori della Gran Turismo K 1200 LT e molti soci del BMW Motorrad Club Italia oltre a selezionati appassionati del Marchio, un incontro in cui è stata presentata la nuova ammiraglia BMW Motorrad a sei cilindri: **la K 1600 GT e GTL**.

L'appuntamento si è svolto giovedì 18 novembre presso Palazzo Trussardi alla Scala, il quartier generale del Gruppo Trussardi nel centro storico di Milano.

La serata si è aperta con la presentazione delle nuove moto che si posizionano al vertice del segmento GT, grazie ad alcuni plus mai visti prima d'ora su una due ruote ed illustrati dal Direttore Vendite di BMW Motorrad Italia, Stefano Ronzoni. Il cuore delle nuove K 1600 GT e GTL è costituito dall'inedito sei cilindri in linea sviluppato da BMW per abbinare le inarrivabili doti di erogazione, con una compattezza e leggerezza mai raggiunte da un motore di questa cubatura e frazionamento.

A tanta raffinatezza meccanica si aggiunge una dotazione tecnologica da prima della classe. Le due K 1600 sono equipaggiate con controllo dinamico della trazione **DTC** selezionabile su tre livelli differenti di intervento a seconda delle esigenze, impianto frenante con **BMW Motorrad Integral ABS, Ride by Wire e Adaptive Light Control**.

Quest'ultimo dispositivo, montato per la prima volta su una motocicletta, abbina le luci allo xeno e la regolazione della profondità del fascio luminoso, con un sistema in grado di regolare automaticamente il fascio luminoso del proiettore centrale in funzione dell'angolo di inclinazione della motocicletta, illuminando quindi l'interno della curva che generalmente rimane al buio, con enormi vantaggi in termini di sicurezza di guida.

Nel cuore della capitale del design, non poteva mancare un excursus sul processo creativo alla base della costruzione di un nuovo modello.

David Robb, Vice Presidente di BMW Motorrad e Chief Designer, ha illustrato all'interessatissimo parterre come viene pensata ogni nuova moto BMW.

Il target di riferimento è il primo aspetto a cui devono pensare i designer. Solo individuando con precisione le caratteristiche dei potenziali clienti di una moto è possibile anche soffermarsi su particolari ed elementi distintivi a loro affini e rappresentativi dell'immagine che essi vogliono trasmettere di sé.

Un altro elemento fondamentale da tenere presente progettando un nuovo prodotto è l'evoluzione rispetto al modello precedente. Una nuova moto deve sempre rappresentare un upgrade rispetto alla versione che si appresta a sostituire.

BMW Group

Corporate Communications

Il design deve in ogni caso essere funzionale allo scopo per cui nasce il prodotto. Ogni particolare ha una sua ragion d'essere che va ben oltre l'aspetto puramente decorativo. In pratica il design di una moto BMW è la forma migliore che si possa immaginare per accompagnare la sostanza rappresentata dalla tecnologia.

Il risultato è perfettamente illustrato dai due ultimi capolavori di BMW Motorrad, le K 1600 GT e K 1600 GTL, tanto attraenti nella forma quanto tecnologicamente avanzate e pensate specificatamente per la soddisfazione dei motociclisti più esigenti.

Al termine dell'incontro, gli oltre 150 invitati hanno potuto gustare una raffinata cena presso il Ristorante Trussardi alla Scala, riservato in esclusiva per la serata a BMW Motorrad.

Per ulteriori informazioni contattare:

Danilo Coglianese
BMW Group Italia
Coordinatore Comunicazione e PR Motorrad
Telefono: 02/51610780 Fax: 02/51610 0416
E-mail: Danilo.Coglianese@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 24 stabilimenti di produzione dislocati in 13 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2009 un volume di vendita di oltre 1,29 milioni di automobili e 87.000 motociclette. Il fatturato dello scorso anno è stato di 50,68 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2009 era di circa 96.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.