



Comunicato stampa N. 091/11

San Donato Milanese, 5 agosto 2011

## **Il BMW Group all'IAA, il Salone dell'Automobile di Francoforte, edizione 2011**

### **Ancora una prima mondiale delle auto BMW**

BMW porta avanti il fortunato concept di guida attiva dal 2009

**Monaco di Baviera.** Al Salone di Francoforte di quest'anno, BMW presenterà ancora una volta i suoi veicoli in un'anteprima mondiale, attivamente su un circuito del padiglione 11 del Quartiere Fieristico di Francoforte. L'idea di successo di presentare le auto in movimento su un circuito è stata sviluppata e raffinata in modo tale da offrire alla stampa e al pubblico un'esperienza di efficienza e dinamicità attraverso i veicoli stessi. La combinazione di esposizione fieristica ed evento spettacolare permetterà ai visitatori di immergersi nel mondo del marchio.

Quest'anno, il fiore all'occhiello di BMW al Salone dell'Auto di Francoforte, il clou dello stand espositivo, saranno i concept del nuovo sub-brand di BMW, il BMW i. Con i Concept BMW i3 e BMW i8, il BMW Group presenterà la sua idea di mobilità del futuro. Questi veicoli costituiscono un'anteprima delle prime automobili elettriche prodotte in serie del nuovo sub-brand BMW i. Circa 300 giornalisti internazionali hanno già potuto farsi una chiara idea dei veicoli BMW e del loro mondo in una parte dello stand espositivo dello IAA alla fine di luglio.

Anche la nuova BMW Serie 1 farà il suo debutto nello stand BMW. Con una vasta gamma di opzioni di personalizzazione e linee proposte per la prima volta, il suo look fissa standard particolarmente elevati in termini di distinzione e personalità.

Il BMW Group si avvale della presentazione dei singoli marchi al Salone di Francoforte per informare e motivare i rivenditori. Lo stand espositivo di Francoforte ha ospitato eventi di settore per concessionari e venditori dalla metà di luglio. I nuovi prodotti del BMW Group sono stati presentati a circa 9.000 partecipanti e descritti nel dettaglio nei vari workshop. Inoltre, i concessionari e i venditori possono testare i prodotti attuali e futuri, come ad esempio la nuova BMW Serie 1 e la MINI Coupé, nelle aree esterne del quartiere fieristico nella zona di Francoforte.

Come nel 2009, anche i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce saranno ospitati nel padiglione 11. Ma il BMW Group sarà presente anche come azienda. Le varie presentazioni del marchio faranno da cornice su entrambi i lati del foyer del padiglione, con aree che illustrano e spiegano l'impegno dell'Azienda verso la sostenibilità. La Divisione Moto presenterà i suoi due marchi, BMW Motorrad e Husquarna Motorcycles, sullo spazio esterno di fronte al padiglione 11, completando così la presenza del BMW Group.

Nel 2010, la presentazione in movimento di BMW al Salone di Francoforte 2009 è stata premiata con il Design Prize in argento della Repubblica Federale Tedesca, assegnato ogni anno dal comitato del design tedesco. L'innovativa presentazione del marchio si è anche aggiudicata un Leone d'Argento a Cannes, premi conferiti dall'Art Directors Club di Germania e da New Year e ha vinto una serie di concorsi creativi.

Materiale fotografico disponibile nel nostro PressClub su [www.press.bmw](http://www.press.bmw).

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi  
Corporate Communications Manager  
Tel.: 02.51610.294 Fax: 02.51610.416  
E-mail: [Roberto.Olivi@bmw.it](mailto:Roberto.Olivi@bmw.it)

Contatti stampa: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

### **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 25 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2010 volumi di vendita di 1,46 milioni di automobili e oltre 110.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2010 sono stati di 4,8 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 60,5 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2010 era di circa 95.500 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.