

Comunicato Stampa N. 126/11

San Donato Milanese, 9 dicembre 2011

Il BMW Welt ospita una serata al cinema

La prima europea del grande successo di Hollywood “Mission: Impossible – Ghost Protocol” con un cast di alto profilo

Monaco. Una serata al cinema alla BMW: gli occhi dell’industria cinematografica sono di nuovo puntati sulla capitale della Baviera. Venerdì, 9 dicembre 2011, il BMW Welt di Monaco ospiterà la prima europea del successo hollywoodiano “Mission: Impossible – Ghost Protocol”. La stella internazionale Tom Cruise, che nel ruolo dell’agente speciale Ethan Hunt supera un’infinità di pericoli e sfide in questa quarta edizione, sfilerà sul tappeto rosso, dando alla prima europea di Monaco un tocco personale. Cruise sarà affiancato dai suoi partner Paula Patton e Simon Pegg, nonché dal regista americano del film, Brad Bird, e dal produttore Bryan Burk.

Con la sua architettura ultramoderna, il BMW Welt rappresenta il palcoscenico ideale per questa scintillante prima. BMW è partner automobilistico esclusivo per questa produzione Paramount Pictures ed ha fornito quasi tutte le automobili utilizzate per questo brillante thriller. “Siamo molto orgogliosi di far parte di questo eccezionale evento cinematografico”, ha dichiarato Ian Robertson, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, responsabile delle vendite e del marketing. “Il nuovo film ‘Mission: Impossible’ porta l’emozione e l’azione a nuovi livelli, il che lo rende piattaforma ideale per presentare le nostre automobili e le nostre tecnologie”.

Sven Sturm, Vice Presidente e Amministratore Delegato della Paramount Pictures Germany GmbH ha aggiunto: “Siamo entusiasti di avere BMW come grande partner nella promozione del film di successo ‘Mission: Impossible – Ghost Protocol’ e siamo lieti di festeggiare la Prima Europea presso lo spettacolare BMW Welt di Monaco”. Il film “Mission: Impossible – Ghost Protocol” uscirà nei cinema di tutta la Germania il 15 dicembre 2011.

Diversi modelli BMW che hanno giocato ruoli importanti in questo action thriller, insieme agli attori famosi, condivideranno la ribalta. Una delle auto guidate dalla superstar hollywoodiana Tom Cruise è la BMW Vision EfficientDynamics. Grazie alla vasta gamma di dotazioni tecniche proposte dall’affascinante auto sportiva, il personaggio Ethan Hunt, interpretato da Cruise, è in grado di districarsi abilmente ed in sicurezza attraverso il traffico di Mumbai. In passato, tutto verteva sulla velocità; ma ora, l’innovativa tecnologia di bordo di BMW ConnectedDrive è quella che dà agli agenti speciali, come agli altri guidatori, ciò che serve per imporsi. Con il suo design futuristico, l’affascinante concept car attira gli sguardi sullo schermo e fuori, il che la rende davvero eccezionale. La BMW i8 sviluppata sulla base di questo concept sarà pronta per la produzione in serie entro il 2014. Come ibrido plug-in con un’innovativa cellula passeggeri in carbonio, è destinata a ridefinire il piacere di guida e l’efficienza nelle auto sportive BMW.

Ruoli da protagonista con il piacere di guida integrato: la BMW Vision EfficientDynamics, la BMW Serie 6 Cabrio, la BMW X3, la BMW Serie 1 e BMW ConnectedDrive

Le altre stelle di Monaco comprendono la BMW X3, la BMW Serie 6 Cabrio e la nuova BMW Serie 1. Lo Sports Activity Vehicle dotato dell’intelligente sistema di trazione

integrale BMW xDrive e la cabrio quattro posti dal design affascinante partecipano ad un inseguimento spettacolare attraverso una tempesta di sabbia nella città desertica di Dubai. Sull'impressionante sfondo di Mumbai, d'altra parte, il nuovo modello compatto della BMW gioca un ruolo chiave nel completamento della missione dell'agente segreto Ethan Hunt.

Il protagonista principale viene aiutato anche dalle funzioni innovative di BMW ConnectedDrive. Il display BMW Head-Up, l'avvertimento di impatto imminente, le funzioni telefoniche vocali e la navigazione in rete con mappe digitali estremamente dettagliate rappresentano i dispositivi tecnologici di spicco che aiutano l'eroe del grande schermo a trionfare sul male, nonostante le imprese apparentemente impossibili, garantendo allo stesso tempo maggiore comodità, sicurezza e piacere di guida quotidiano.

La BMW stabilisce nuovi standard nel marketing di intrattenimento

Con la sua partecipazione al quarto episodio della serie di successo "Mission: Impossible", la BMW sta di nuovo dando il proprio sostegno ad un importante progetto cinematografico della famosa fabbrica di sogni hollywoodiana, stabilendo un nuovo standard in termini di marketing di intrattenimento. Avventurandosi per la prima volta oltre la semplice presentazione del prodotto, tecnologie innovative come BMW ConnectedDrive e BMW EfficientDynamics sono effettivamente integrate nella trama. Questo metodo di integrare modelli e tecnologie BMW in progetti globali di intrattenimento (film di grande successo, serie TV, video musicali, videogiochi) aggiunge una nuova e promettente dimensione al portafoglio classico di marketing del BMW Group. Questo modo di valorizzare il posizionamento di prodotti BMW non solo permette ai prodotti stessi e alle loro eccezionali prestazioni di essere mostrati in scene avvincenti e di essere presenti sui media globali, ma permette loro anche di convincere nuovi target ad avvicinarsi al marchio BMW.

Il BMW Group vanta una presenza di lunga data, più di cinque decenni, nel mondo creativo e culturale del cinema e della televisione. Fin dall'inizio, il posizionamento dei prodotti si è affermato decisamente come un importante mattone per creare un'immagine duratura e per la comunicazione di prodotto. Tuttavia, la partecipazione non si limita alle produzioni televisive ed ai film. Il BMW Group dà il proprio sostegno anche alle scuole del settore ed a molti eventi dell'industria cinematografica – da importanti festival del film ad ambiziosi eventi di minore importanza. Per esempio, dal 2010 il costruttore bavarese di auto premium è stato il partner principale del Festival Internazionale del Cinema di Berlino, il "Berlinale". L'azienda dà supporto, tra l'altro, anche al Bavarian Film Award, al rinomato Landshut Short Film Festival e al Regensburg Short Film Week. Promuove anche cortometraggi a livello internazionale: il cortometraggio malese "BMW Shorties" è particolarmente degno di nota.

Streaming in diretta sul tappeto rosso: www.facebook.com/BMWDeutschland

Le prime foto dell'evento si possono trovare a partire dalle ore 21 circa su:
<https://mediocenter.t-onlinede/guestview/index/token/f5650a1784099>

Altre foto potranno essere scaricate (dalla notte di sabato): www.image.net



Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia
Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Email: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna 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 sette anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.