



Comunicato Stampa N. 067/12

San Donato Milanese, 15 maggio 2012

BMW Group e il mondo del cinema

“Mission: Impossible – Ghost Protocol”, disponibile in Blu-ray e DVD dal 23 maggio

Con la sua partecipazione al quarto episodio della serie di successo “Mission: Impossible”, la BMW ha nuovamente dato 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 consente loro anche di convincere nuovi target ad avvicinarsi al marchio BMW.

BMW Group per “Mission: Impossible – Ghost Protocol”, ora anche in Blu-ray e DVD

Uno degli esempi più recenti della presenza del BMW Group nel mondo del cinema è rappresentato dal grande successo di Hollywood “Mission: Impossible – Ghost Protocol”, interpretato dalla stella internazionale Tom Cruise che, nel ruolo dell’agente speciale Ethan Hunt, supera un’infinità di pericoli e sfide nel quarto episodio della serie.

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 è stata partner automobilistico esclusivo per questa produzione Paramount Pictures ed ha fornito quasi tutte le automobili utilizzate per questo brillante thriller. Nel film, una delle auto guidate da 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.

Nel film compaiono anche altre stelle della casa automobilistica bavarese: 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 Mumbay, d'altra parte, il nuovo modello compatto della BMW gioca un ruolo chiave nel completamento della missione dell'agente segreto Ethan Hunt.

Il protagonista del film 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.

BMW Group vanta una presenza di lunga data, più di cinque decenni, nel mondo creativo e culturale del cinema. L'attività di product placement è importante per l'azienda perché consente di dare visibilità ai prodotti e di posizionarli, inserendoli in contesti artistici e narrativi compatibili con i valori premium dei marchi del BMW Group. Ecco una rassegna dei progetti e delle iniziative che hanno visto impegnata la Casa di Monaco nel mondo del cinema.

BMW Group Italia per “Caos Calmo”

Un esempio recente della presenza di BMW nel cinema italiano è rappresentato dal film **“Caos Calmo”**, tratto dall'omonimo romanzo di Sandro Veronesi (Premio Strega 2006), prodotto dalla Fandango di Domenico Procacci in collaborazione con Rai Cinema e realizzato con il contributo del Ministero per i Beni e le Attività Culturali. Diretto da Antonello Grimaldi, interpretato e co-sceneggiato da Nanni Moretti, “Caos Calmo” è stato in concorso al Festival Internazionale del Cinema di Berlino ed è uscito in Italia nel febbraio 2008. Il film vanta un cast d'eccezione: Nanni Moretti, Valeria Golino, Isabella Ferrari, Alessandro Gassman, Blu Yoshimi, Hippolyte Girardot, Kasia Smutniak, Denis Podalidès, Charles Berling e Silvio Orlando. Inoltre, il cast comprende anche la sportiva ed elegante BMW 535d Touring in cui vive il protagonista della vicenda, Pietro Paladini.

Manager televisivo rimasto improvvisamente vedovo, Pietro Paladini decide di passare le giornate nella sua BMW parcheggiata davanti alla scuola elementare della figlia, per non abbandonarla, ma, in realtà, per non sentirsi abbandonato. Chiuso nell'abitacolo, ascolta i Radiohead e, nel suo "caos calmo", la vita gli scorre vicina venendogli incontro.

La BMW che appare a più riprese in “Caos calmo”, divenendo di fatto l'ufficio di Pietro, è un'elegante e sportiva 535d Touring color Titansilver versione Eccelsa messa a disposizione della produzione del film da BMW Group Italia. Caratterizzata da un design sportivo ed elegante e da interni confortevoli ed ergonomici, questa BMW 535d è dotata di motore diesel sei cilindri da 3.0 litri con Variable Twin Turbo (VTT) che incarna in modo affascinante la filosofia EfficientDynamics del BMW Group tesa a ridurre sensibilmente consumi ed emissioni, incrementando allo stesso tempo le performance e il piacere di guida. Una generosa lista di optional arricchisce le già considerevoli dotazioni di serie fino a fare di questa vettura un vero ufficio viaggiante grazie per esempio al sistema di navigazione, all'interfaccia Bluetooth e al pacchetto ConnectedDrive (BMW Assist, BMW Online e BMW Tracking) che consente di accedere a molti servizi informativi sul traffico, al notiziario ANSA, alle chiamate di emergenza e anche alla propria casella email.

Nel film compaiono anche altre tre vetture che BMW Group Italia ha fornito alla produzione: una Rolls-Royce Phantom, una BMW 118i, e una BMW 730dL.

Ulteriori iniziative del BMW Group per il mondo del cinema

Il progetto bmwfilms.com. Con la serie di cortometraggi d'autore intitolata **The Hire**, fruibile solo sul sito internet www.bmwfilms.com e inaugurata nel 2001, il BMW Group è riuscito ad attirare milioni di spettatori sul web, nonché a offrire intrattenimento e a creare una nuova forma di pubblicità. Il suo successo ha incoraggiato gli autori a iniziare una seconda serie nel 2002. Questo ha portato alla realizzazione di otto film sotto la guida di importanti registi di Hollywood come Ang Lee, Wong Kar Wai, Guy Ritchie, Alejandro González Iñárritu, John Frankenheimer, Tony Scott, Joe Carnahan e John Woo. Le trame riguardano sempre il protagonista, interpretato da Clive Owen, che trasporta passeggeri sulla sua BMW in qualsiasi posto essi vogliono andare e sempre in condizioni estremamente spiacevoli. I film utilizzano diverse vetture BMW. Tutta l'azione si svolge in cinque minuti. Hollywood ha trovato i termini giusti per descrivere questo approccio innovativo per accattivarsi gli spettatori: "branded entertainment", cioè "intrattenimento con marchio" e la stampa statunitense in genere ha commentato positivamente The Hire. Secondo Time "è arrivato il massimo nel branding di prodotti di lusso nei nuovi media", mentre secondo il New York Times "i film della BMW esprimono una vivacità che ormai mancava nella pubblicità per le automobili". The Hire è stato proiettato a molti festival cinematografici e a Cannes ha vinto il Cyber Grand Prix (2002) e il Premio Titanium (2003), oltre a otto Premi Clio. Questi cortometraggi sono ora parte integrante della collezione di film permanente del MOMA (Museum of Modern Art) di New York.

007, un agente segreto che viaggia in BMW. James Bond unisce il proprio fascino all'azione e all'alta tecnologia. Il primo coinvolgimento di un marchio automobilistico oggi di proprietà della Casa di Monaco nella serie più famosa di tutti i tempi risale al 1963. In

From Russia with Love, una Rolls-Royce Phantom V fu presentata agli occhi ammirati di una platea mondiale stupefatta. La più famosa Rolls-Royce di tutti i tempi seguiva nel 1964. La Phantom III Sedan de Ville era guidata da Gerd Fröbe in **Goldfinger**, probabilmente il migliore di tutti i film di Bond. Le auto Rolls-Royce hanno continuato a essere una presenza permanente dei film di Bond negli anni seguenti e sono state viste anche in molte altre produzioni di Hollywood. Uno dei film di maggiore successo di James Bond è stato **Golden Eye** (1995). Ha guadagnato un totale di 350 milioni di dollari nelle sale di tutto il mondo, con James, questa volta impersonato da Pierce Brosnan, per la prima volta alla guida di una BMW, una Z3 Roadster color Atlanta Blue. La collaborazione tra il marchio BMW e Bond è continuata nel 1997 con **Tomorrow Never Dies**.

Una BMW 750iL, color argento metallizzato, era protagonista di un inseguimento in un parcheggio coperto dal quale alla fine Bond riuscirà a fuggire seminando i suoi inseguitori in sella a una BMW Cruiser R 1200C. Un'ulteriore cooperazione vi è stata nel 1999 con **The World is Not Enough**, nel quale Pierce Brosnan e la sua BMW Z8 argento metallizzato sono stati protagonisti di molte azioni mozzafiato.

Le motociclette BMW su pellicola. La prima apparizione risale al 1934 con il film **Ein Mädel virbelt durch die Welt**. In questo film tumultuoso, il famoso attore austriaco Theo Lingen percorreva le strade su una motocicletta BMW.

Nel 2003, toccava a una BMW R 1150 R Rockster comparire in un inseguimento mozzafiato nel thriller fantascientifico **Paycheck** (tratto da una storia di Philip K. Dick) interpretato da Ben Affleck e Uma Thurman, e nel 2005 si vedeva la BMW F 650 CS nella produzione tedesca intitolata **The Clown**, dove la moto ha dato un apporto

splendido a diverse scene movimentate. Lo stesso anno era l'irresistibile Milla Jovovich a cavalcare una BMW R 1150 R nel film d'azione diretto da Kurt Wimmer **Ultraviolet** e sempre lei saltava di nuovo in sella a una BMW K 1200 R in **Resident Evil: Extinction** (2007), terzo episodio della saga.

Grande interesse ha suscitato negli appassionati la doppia impresa di Ewan McGregor e Charley Boorman. I due attori sono stati protagonisti di due formidabili raid motociclistici in sella alla regina delle moto da enduro, la BMW R GS. La prima avventura (oltre 30.000 km intorno al mondo partendo dall'Inghilterra in primavera per farvi ritorno in tarda estate dopo aver attraversato Europa, Asia e Nordamerica) è testimoniata nel film documentario del 2004 intitolato **Long Way Round**; mentre il secondo viaggio (25.000 km dalla Scozia al Sudafrica nell'estate del 2007) è raccontato in **Long Way Down**. Entrambi i film sono stati prodotti e diretti da Russ Malkin, della Big Earth, e da David Alexanian della Elixir Films.

Gli altri film. Ewan McGregor compare anche in **Stormbreaker** (2006), avvincente film d'azione che ha per protagonista il giovane super agente segreto Alex Rider creato dallo scrittore Anthony Horowitz. Sullo schermo accanto ad Alex Pettyfer, l'attore protagonista, figurano anche la BMW Z4, la MINI Cooper e la Rolls-Royce Phantom.

Bridget Jones – The Edge of Reason e **The Bourne Conspiracy** sono due campioni di incasso in cui la BMW Serie 5 gioca un ruolo fondamentale. Ma anche la Serie 3 è estremamente popolare fra i registi di Hollywood. Per esempio, in **Bird on a Wire** del 1990, Goldie Hawn prende in affitto una BMW 325i Cabrio, con la quale porta a spasso per le strade Mel Gibson. "Vieni a Detroit e prendi in affitto una BMW?" chiede Mel Gibson. "È come andare in Germania e mangiare un hamburger". **Finding Forrester** (2000) di Gus Van Sant ci dice esattamente di cosa è fatta una BMW. Un giovane afroamericano, interpretato da Rob Brown, appare davanti al conducente di una Serie 3 coupé color oro, il cui allarme antifurto suona all'improvviso. Il giovane dice: "È soltanto una macchina". Al che il guidatore risponde: "No, non è soltanto una macchina, è una BMW. Chiunque sappia qualcosa di quell'azienda sa che non è soltanto un'auto".

Non sono solo i film statunitensi ed europei di grande risonanza che approfittano di una collaborazione con il BMW Group, ma produttori e registi di tutto il mondo. Altri esempi comprendono **Masdjävlar** (2004), il successo a sorpresa del regista svedese Maria Blom, e **A World without Thieves** (2004) del regista pubblicitario cinese Feng Xiaogang.

MINI goes to Hollywood. Non soltanto BMW, ma anche MINI gioca un ruolo importante nei film internazionali. In **Goldmember** (2002), Austin Powers inseguiva il suo arcinemico Dr. Evil (il dottor Male) in una MINI. L'esempio più interessante viene con il rifacimento di **The Italian Job** (2003), remake di quello diretto da Peter Collinson nel 1969. Il film firmato dal regista americano F. Gary Gray vede protagoniste tre MINI, una rossa, una bianca e una blu, insieme a un cast d'eccezione composto da attori di grande successo come Mark Wahlberg, Edward Norton, Charlize Theron, Jason Statham, Seth Green, Mos Def e Donald Sutherland. La sua ultima apparizione si deve a **Lo Spaccacuori** ('The Heartbreak Kid', 2007) dei fratelli Bobby e Peter Farrelly. La MINI in versione cabrio è al centro del viaggio di nozze che vede Eddie (Ben Stiller) e sua moglie Lila (Malin Akerman) impegnati in una travagliata ma divertente luna di miele in Messico.

La trilogia Heimat. Edgar Reitz è fin dagli anni Sessanta uno dei più importanti registi cinematografici tedeschi conosciuto in tutto il mondo per la serie di film televisivi del 1984 intitolata **Heimat, eine deutsche Chronik**. L'incontro di Reitz con il BMW Group risale a quegli anni, quando Reitz era ancora impegnato nelle ricerche per la prima edizione della sua trilogia, ed era interessato a ottenere una vettura BMW storica. La



partnership è proseguita fino al terzo episodio, **Heimat 3 - Cronaca di una svolta epocale** (Heimat 3 - Cronaca di una svolta epocale) presentato nel 2004 alla 61^{ma} edizione della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia.

Non solo auto e moto. Anche l'architettura degli edifici BMW ha trovato spazio sugli schermi. Nel 1975, **Rollerball** (James Caan era il protagonista di questo film fantascientifico) fu girato nel Museo BMW, mentre Audrey Hepburn, James Mason, Gerd Fröbe, Romy Schneider e Omar Sharif venivano ripresi alla BMW House per il thriller hollywoodiano del 1978 **Bloodline**.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
E-mail: roberto.olivi@bmw.it

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

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles 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 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 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 sette anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader nel Dow Jones Sustainability Index.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>