

Comunicato Stampa N. 111/12

San Donato Milanese, 3 settembre 2012

BMW Italian Open 2012 presented by CartaSi

La filiale Italiana della Casa di Monaco title sponsor del torneo per il 4° anno. La partnership con la Federazione, la BMW Golf Cup International e la BMW Drive and Golf sottolineano il forte legame tra il marchio e il “green”

Per il quarto anno consecutivo, BMW Italia ha confermato il suo legame con l’Italian Open di golf in qualità di title sponsor, rafforzando la propria partnership con lo European Tour.

Il BMW Italian Open presented by CartaSi, giunto alla sessantanovesima edizione, si svolgerà al Royal Park I Roveri di Torino dal 13 al 16 settembre 2012 e vedrà la presenza di Matteo Manassero e di entrambi i fratelli Molinari, Edoardo e Francesco, per difendere i colori italiani, oltre naturalmente ai campioni provenienti da tutto il mondo.

“Il legame con il mondo del golf – ha dichiarato Franz Jung, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia S.p.A. – rappresenta per noi uno dei capisaldi della strategia di comunicazione e siamo orgogliosi di aver rinnovato, per il quarto anno consecutivo, il nostro impegno con l’Italian Open. L’emozione che un giocatore prova ogni volta che inizia una competizione sul green è paragonabile all’esperienza di guida di una BMW. Uno stile unico, inconfondibile, che lega il brand al mondo del golf in modo completo e articolato”.

“E’ stato bello – ha dichiarato Matteo Manassero – competere nell’Open nazionale lo scorso anno e gareggiare davanti al nostro pubblico. Penso sia un’esperienza che tutti i golfisti italiani vorrebbero provare. Inutile dire che un giorno mi piacerebbe vincere il torneo. Sarebbe uno dei momenti più importanti della mia carriera se potessi vincere l’Italian Open davanti ai miei amici al Royal Park I Roveri”.

“E’ una notizia fantastica – ha poi continuato Manassero – sapere che BMW ha deciso di essere il title sponsor anche quest’anno. Credo che gli eventi BMW siano riconosciuti nel mondo del golf come tornei di primissimo livello e questo non può che aiutare lo sviluppo dell’Italian Open verso livelli più elevati”.

“BMW – ha dichiarato Francesco Molinari – è un partner chiave nel golf in tutto il mondo e avere il supporto della Casa di Monaco nel nostro Open nazionale è una grande notizia. C’è sempre un livello superiore di “excitement” quando giochiamo in casa in Italia e, sarebbe bello, dopo aver giocato al Royal Park I Roveri, andare alla Ryder Cup due settimane dopo. Sarebbe davvero speciale vincere di nuovo l’Italian Open. Non penso che mi stancherei mai di vincerlo”.

Dinamismo, tecnica e passione, sono considerati da sempre elementi distintivi di ogni golfista, ma anche elementi essenziali che partecipano alla costruzione dell’immagine di marca di BMW. Sui campi da golf il BMW Group è presente dal 1985, coinvolto nella

Società
BMW Italia S.p.A.Società del
BMW GroupSede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)Telefono
02-51610111Telefax
02-51610222Internet
www.bmw.it
www.mini.itCapitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.
MI 1403223N. Reg. Impr.
MI 187982/1998Codice fiscale
01934110154Partita IVA
IT 12532500159

sponsorizzazione e nell'organizzazione di tornei di golf sia a livello amatoriale sia a livello professionistico, quale riconoscimento della crescente importanza del golf per il suo target.

BMW organizza tornei in tutto il mondo, vantando una presenza consolidata nell'ambiente del golf. Nel 1989 nasce infatti il primo torneo per professionisti, il BMW International Open, di cui la Casa di Monaco è organizzatrice e sponsor principale. Considerato uno dei più importanti appuntamenti dello European Tour, il BMW International Open si svolge da anni a Eichenried, vicino a Monaco. Nel 2012 il BMW International Open si è tenuto per la prima volta a Pulheim, vicino a Colonia. Il torneo poi ritornerà a Eichenried per il suo venticinquesimo anniversario nel 2013.

Nel corso del tempo a questo appuntamento si sono aggiunti anche il BMW PGA Championship Europe/Wentworth, il BMW Championship USA/Chicago e la Ryder Cup (nelle edizioni europee) dove BMW è official car. Il primo BMW Masters si terrà a Shanghai dal 25 al 28 ottobre 2012. Dopo i Majors, i tornei del World Golf Championship e la finale della stagione a Dubai, l'evento può vantare i più alti montepremi dello European Tour. Il torneo continua la tradizione del BMW Asian Open, tenutosi per l'ultima volta nel 2008, anch'esso a Shanghai.

In Italia BMW Group entra nel mondo del golf in veste di partner dell'Open d'Italia femminile e dal 1989 partecipa alla BMW Golf Cup International. Dal 2009 al 2011 BMW è stata title sponsor del BMW Italian Open di Golf, al quale partecipano più di 150 giocatori professionisti provenienti da tutto il mondo e che nel 2010 ha tenuto a battesimo l'esordio da professionista di Matteo Manassero.

BMW Italia S.p.A. sponsor ufficiale della Federazione Italiana Golf

BMW Italia S.p.A. dal 1° gennaio del 2011 è sponsor ufficiale della Federazione Italiana Golf. L'accordo rappresenta la naturale evoluzione dell'impegno della filiale italiana della Casa di Monaco nel mondo del golf. Grazie a questo accordo BMW Italia è entrata ancora più a contatto con tutti i golfisti italiani.

BMW Golf Cup International 2012

BMW Golf Cup International è il torneo di golf per dilettanti sponsorizzato da BMW, che si svolge in 50 paesi del mondo contemporaneamente, coinvolgendo più di 120 mila golfisti vantando partecipazioni da record ogni anno.

BMW Golf Cup International rimane l'unico torneo ufficiale BMW in Italia che prevede il coinvolgimento diretto dei concessionari che utilizzano l'evento come leva strategica scegliendo il golf come strumento di promozione della propria immagine. Il calendario 2012, con le sue 44 tappe, vedrà coinvolti circa 7.000 appassionati golfisti, dove i vincitori delle 3 categorie di ogni appuntamento si disputeranno la Finale Nazionale (Verdura Golf & Spa Resort, Sciacca - in provincia di Agrigento - dal 26 al 28 ottobre 2012) che porterà poi a selezionare i 3 rappresentanti dell'ultima prestigiosa tappa della Finale Mondiale (Fancourt Golf Resort, George, South Africa dal 4 al 9 marzo 2013). Per informazioni dettagliate: www.eventi.bmw.it/GolfSport/2012/.

BMW Drive & Golf: due grandi passioni si incontrano

Per il secondo anno consecutivo, BMW Italia organizza in collaborazione con la Federazione Italiana Golf, un'attività dedicata ai propri clienti e a tutti gli appassionati golfisti denominata Drive & Golf. Sono 8 le tappe del calendario 2012 nei più prestigiosi Golf Club Italiani dove è possibile soddisfare la doppia passione per il gioco più bello del mondo e per i motori (per informazioni www.eventi.bmw.it/Golfsport/2012/).

Lo scopo di questo progetto è di rafforzare il legame tra il golf e BMW mettendo a disposizione dei partecipanti un programma unico che dà loro modo di migliorare la tecnica, grazie al supporto di un team di professionisti di alto livello appartenente alla Federazione Italiana Golf, e allo stesso tempo di provare l'esperienza di guida dei modelli top di gamma BMW, accompagnati dagli istruttori della Scuola di guida GuidarePilotare. Anche i testimonial scelti per la Drive & Golf sono di grande spicco: i maestri federali Piero Sabellico e Gianluca Crespi, rappresentanti della Scuola Nazionale di Golf, affiancati da personaggi del calibro di Massimo Scarpa, Silvio Grappasonni ed Emanuele Canonica.

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)

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 29 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 di settore 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>