

Comunicato stampa N. 008/16

San Donato Milanese, 29 gennaio 2016

Inaugurato il BMW Business Center di Milano Linate Prime

BMW Italia e SEA Prime rafforzano la propria partnership realizzando il nuovo progetto “BMW Business Center” interno al terminal business aviation Milano Linate Prime.

Oltre alla già avviata collaborazione con Prime Aviation Services che mette a disposizione le nuove BMW 750Li xDrive per il pick up dei passeggeri, BMW Italia e SEA Prime, gestore e fixed-base operator (FBO) del terminal business aviation Milano Linate Prime, inaugurano una nuova area business e una serie di servizi in grado di coniugare perfettamente comfort a lusso e funzionalità.

“Nell’ambito dell’importante strategia di lancio della nuova ammiraglia BMW Serie 7 – ha dichiarato Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia S.p.A. – abbiamo scelto Milano Linate Prime, per realizzare un’innovativa attività di product placement del brand e dei suoi valori nell’ambito non solo di un luogo fisico ma, soprattutto, di un servizio esclusivo”.

Un servizio a cui potranno accedere, su prenotazione, non solo i passeggeri in transito nel terminal Milano Linate Prime, ma anche ospiti esterni provenienti dalla città e in cerca di uno spazio esclusivo per meeting importanti e riservati.

Coerentemente con la filosofia del brand automobilistico, che da sempre affida all’ammiraglia il compito di segnare i nuovi cicli d’innovazione per l’intera gamma di autovetture, BMW ha trovato in SEA Prime il partner ideale per rivolgersi a un pubblico di fascia premium, offrendo accanto ai plus di prodotto derivanti dall’utilizzo delle più avanzate tecnologie e dei migliori materiali, anche un servizio completo che possa rispondere alle necessità della clientela più esigente.

Gli ambienti del nuovo Business Center riflettono chiaramente la più alta proposizione di prodotto e servizio, e sono caratterizzati dall’utilizzo di materiali e arredi che richiamano gli interni della nuova BMW Serie 7: rivestimenti con pannelli “Smooth Touch” alle pareti, declinati nelle tonalità del beige e del marrone – con tocchi blue notte – per le moquette dei pavimenti e per le tinte delle pareti, alluminio spazzolato per i dettagli di pareti, porte e serramenti.

Ad accogliere gli ospiti uno standing desk dal design moderno, mentre alle pareti dei corridoi e delle stanze meeting si possono ammirare quadri con inserti dei materiali e delle finiture nello stile del marchio tedesco.

Giulio De Metrio, Presidente di SEA Prime e COO di SEA ha dichiarato: “Se il 2015 ha rappresentato un vero e proprio anno di svolta e rilancio per le nostre attività di business aviation, segnate innanzitutto dal radicale rebranding e restyling dell’aerostazione, il 2016 rappresenta per noi l’anno del consolidamento della strategia, e aprirlo con il rafforzamento dell’importante collaborazione in essere con BMW è per noi non solo motivo di soddisfazione, ma rappresenta anche la conferma che la strategia delineata con l’obiettivo di valorizzare i nostri alti standard di servizio è corretta.

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

Siamo per questo ancora più orgogliosi della partnership con BMW, tra i brand più autorevoli e riconosciuti al mondo, e crediamo che l'approccio che condividiamo con loro di mettere il cliente al centro di ogni attenzione, partendo da un servizio impeccabile, offrirà agli ospiti del BMW Business Center di Milano Linate Prime un'esperienza di altissimo livello”.

Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia
Alessandro Toffanin
Product Communication Specialist
Email: alessandro.toffanin@bmw.it

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

Il BMW Group

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2015, il BMW Group ha venduto circa 2,247 milioni di automobili e 137.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2014 è stato di 8,71 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 80,40 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2014, il BMW Group contava 116.324 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

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