

Comunicato stampa N. 112/16

San Donato Milanese, 26 settembre 2016

NEXT 100 Festival: nei tre giorni, oltre 40.000 persone a Monza per celebrare il Centenario del BMW Group e i 50 anni di BMW Italia

Grande successo per la kermesse di tre giorni organizzata dal BMW Group Italia presso l'Autodromo Nazionale Monza. Una folla di appassionati dei marchi BMW, MINI, BMW Motorrad e Rolls-Royce ha festeggiato l'azienda proiettandola nei prossimi 100 anni.

Il NEXT 100 Festival, l'evento creato dal BMW Group Italia per celebrare sia il centenario del Gruppo che i 50 anni di presenza del marchio nel nostro Paese, è stato un grande successo di pubblico e di passione. Oltre **40 mila persone** hanno partecipato alla tre giorni (dal 23 al 25 settembre) nell'Autodromo Nazionale Monza.

In concomitanza dell'evento, BMW Italia ha anche raggiunto il prestigioso traguardo **di 1 milione di fans su Facebook**. Sono state **1,6 milioni le persone raggiunte sui social** nel corso del weekend e oltre 400 i contenuti dedicati che sono stati caricati. 40mila le interazioni degli appassionati sulle piattaforme online. Il BMW NEXT 100 Wall era presente fisicamente in autodromo con oltre 600 contributi già online di persone che hanno risposto alla domanda: "Cosa porteresti nei prossimi 100 anni?". Il wall ha già ottenuto oltre 240.000 visualizzazioni.

Oltre **4 mila i test drive** della gamma auto e moto effettuati. Oltre **6 mila i bambini che hanno partecipato alle attività del BMW Family and Kids Tour**. Circa **5 mila le persone che hanno visitato il box di SpecialMente** per avere informazioni sulle attività di responsabilità sociale di BMW Italia. **Oltre 2 mila i motociclisti BMW** arrivati e **oltre 350 gli appassionati del Federclub MINI Italia** e **250 del BMW Autoclub Italia** che si sono ritrovati in autodromo. **Le collezioni lifestyle dei tre marchi sono andate a ruba** negli shop dedicati.

Appassionati, clienti, collaboratori del BMW Group, concessionari, amici, membri dei club di marca BMW, MINI e BMW Motorrad, tanti giovani e bambini hanno animato la kermesse (strutturata su un'area di **46.000 metri quadrati** tra paddock 1 e 2, box e primo piano della struttura) e preso d'assalto le varie aree esperienze e divertimento dove erano esposti **più di 300 prodotti del Gruppo tra BMW, Rolls-Royce, MINI, moto e scooter**, oltre alle vetture del BMW Autoclub Italia, del Federclub MINI Italia, le concept car e le moto del BMW Motorrad Federclub Italia.

"È stata una tre giorni entusiasmante – ha dichiarato Sergio Solero, Presidente e A.D. di BMW Italia – che è andata ben oltre le nostre aspettative. Siamo stati travolti dalla passione e dall'affetto di tantissime persone che sono venute a Monza sia per celebrare con noi i primi cento anni di storia che per proiettarsi nei prossimi cento. Vedere tante famiglie, i giovani e i bambini divertirsi con le auto del passato e guardare con curiosità e aspettativa a quelle del futuro, ci conferma che il mondo della mobilità a due e quattro

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

ruote è ancora al centro della vita delle persone e che, quando si fanno eventi di questo tipo, la risposta del pubblico è entusiasta”.

“La formula del NEXT100 Festival – ha poi proseguito Solero – è stata unica e innovativa. Per la prima volta abbiamo radunato tutti i nostri brand (BMW, BMW Motorrad, MINI e Rolls-Royce) in un unico evento. Per la prima volta nella storia del Gruppo abbiamo realizzato la più grande esposizione esterna di vetture storiche del Museo BMW. Per la prima volta abbiamo associato show, vendita, test drive, raduni, attività di responsabilità sociale d’impresa, workshop tecnici, competizioni e la risposta dei presenti è stata incredibile. Vorrei ringraziare le oltre 40 mila persone che sono state con noi, tutto il team che ha lavorato al progetto, i partner e tutti coloro che hanno reso possibile questo straordinario evento che resterà per sempre nella storia di BMW Group Italia”.

Alcuni Highlights

Gli appassionati di vetture e delle competizioni del passato domenica hanno gremito le tribune dell’autodromo per vedere la **Parata BMW M in pista** delle più significative auto da corsa BMW guidate dai più celebri piloti dell’epoca, tra i quali Bruno Giacomelli, Marc Surer, Riccardo Patrese, Nelson Piquet Jr., Pedro Piquet, Johnny Cecotto, Pierluigi Martini, Roberto Ravaglia e Siegfried Stohr.

In esposizione nel paddock c’erano alcuni pezzi rari, se non unici, come la HH 49 Formel 2 Rennwagen del 1949, la BMW 700 RS del 1961, la Brabham BMW BT7 Rekordwagen del 1965, la BMW 2002 TI Rallyeversion del 1969, la Dornier BMW F 270 del 1970, la BMW 320 Turbo Gruppe 5 del 1979, la BMW M3 Rallye del 1986, la Benetton BMW B186 Turbo del 1986, la BMW M3 GTR del 1993, la BMW 320i STW Winkelhock del 1995, la McLaren BMW F1 GTR Le Mans del 1996, la BMW X5 Le Mans del 2000, la WilliamsF1 BMW FW26 del 2004, la BMW M3 GTR del 2004 e la BMW 320i WTCC 2005, la BMW Z4 M Renncoupé del 2006 e, per finire, la BMW 120d VLN del 2006.

Tra sabato e domenica oltre 2 mila motociclisti appartenenti e non al **BMW Motorrad Federclub Italia** sono arrivati in autodromo con le loro motociclette BMW. **Mattie Griffin** con il suo stunt show ha entusiasmato tutti gli appassionati delle due ruote, e non solo, in sella alla sua nuova BMW G 310 R nei tre giorni di Festival.

Oltre 350 appassionati dei **Federclub MINI Italia** e **250 del BMW Autoclub Italia** hanno partecipato alle parate in pista e al raduno. La giornata di domenica 25 settembre è stata caratterizzata dal dinamismo e dalla sportività del Gruppo, con le gare del **MINI Challenge** e dell’**Althea BMW Racing Show** con i piloti ufficiali del team Superbike.

Nella tre giorni di attività, è stato molto affollato anche lo spazio dedicato alle attività di responsabilità sociale d’impresa di BMW Italia che sono state radunate sotto la denominazione di **Specialmente** (www.specialmente.bmw.it). Circa 5 mila persone sono entrate nel box dedicato per entrare in contatto con le iniziative di SciAbile, Dynamo Camp, Save the Children, iFoodies (che ha offerto 3mila mele e 400 litri di succo di Mela di Lo Matsòn - Courmayeur). Gli spazi del **BMW Family and Kids Tour** (in collaborazione con la Polizia Stradale) sono stati presi d’assalto da oltre sei mila bambini che, giocando, hanno acquisito le prime nozioni di sicurezza stradale.

Oltre **4 mila i test drive** di tutta la gamma auto e moto che si sono svolti sia nei pressi dell’autodromo che all’interno dell’area del circuito di Monza, percorrendo una parte della storica curva Sopraelevata.

All'interno del **NEXT 100 Showroom** era possibile configurare la propria auto. Alla fine della tre giorni i numerosi clienti che hanno approfittato delle offerte esclusive presenti, potranno andare dai concessionari di riferimento per finalizzare il contratto.

Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin
BMW Group Italia
Product Communication BMW
E-mail: alessandro.toffanin@bmw.it

Cristiana Lattuada
BMW Group Italia
PR & Communication Coordinator MINI
E-mail: cristiana.lattuada@bmw.it

Andrea Frignani
BMW Group Italia
Coordinatore Comunicazione e PR Motorrad
E-mail: andrea.frignani@bmw.it

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 31 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 2015 è stato di 9,22 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 92,18 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2015, il BMW Group contava 122.244 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>