

Comunicato stampa N. 009/17

San Donato Milanese, 27 gennaio 2017

BUSINESS ATHLETE: la campagna marketing internazionale della Nuova BMW Serie 5 berlina entra nella fase decisiva

Uno spot televisivo e un filmato online con l'attore Scott Eastwood

Monaco. A poche settimane dalla presentazione nelle concessionarie della settima generazione della BMW Serie 5 berlina, in programma per l'11 febbraio 2017, le comunicazioni internazionali entrano nella fase decisiva. Cuore della campagna è il nuovo spot pubblicitario televisivo che vede la partecipazione dell'attore di Hollywood Scott Eastwood.

Leader globale del segmento: la BMW Serie 5

Con circa 7,9 milioni di unità vendute, la BMW Serie 5 è uno dei modelli BMW di maggiore rilievo. La sesta generazione da sola è stata scelta da oltre 2,1 milioni di clienti, rendendola leader globale nel segmento di auto medie-superiori premium.

La settima generazione della BMW Serie 5 è ora pronta a mantenere la sua leadership. Con dinamiche di guida ulteriormente valorizzate, con una gamma di sistema di assistenza alla guida senza pari, con una connettività esclusiva e con controlli intuitivi, essa stabilisce nuovi standard nel mondo automobilistico. Questi sistemi comprendono l'Intelligent Voice Assistant, il controllo gestuale e il BMW Head-Up Display – ora con una superficie di proiezione più ampia del 70 per cento. Insieme ai servizi di BMW Connected e ad altre innovazioni, come On-Street Parking Information e Remote 3D View, rendono la Nuova BMW Serie 5 berlina top come automobile destinata al business.

Comunicazioni digitali omnicomprensive in vista del lancio

L'attuale campagna è in corso sin dal 2016, con attività pre-lancio ad ampio raggio in oltre 40 mercati di tutto il mondo. Concentrandosi principalmente sui canali digitali, le comunicazioni sono coerenti con il ruolo di pioniere della BMW Serie 5 in termini di connettività e digitalizzazione.

Numerosi teaser relativi a BMW Connected e alla guida parzialmente automatizzata, hanno immediatamente attratto l'attenzione, mettendo in luce le innovazioni della Nuova BMW Serie 5. Già solo i primissimi post dell'attuale campagna hanno generato a livello globale oltre 18 milioni di contatti su Facebook e più di 24 milioni di Instagram, mentre a livello di comunicazione nazionale, sui social network ufficiali i video che raccontano il nuovo prodotto hanno registrato oltre 800.000 visualizzazioni su Facebook e YouTube.

Un ulteriore elemento della campagna principalmente digitale è il revival della serie di film The Hire su BMWFilms.com. Dopo un intervallo di 15 anni, l'ultima proposta è ora The Escape, il lavoro del regista nomination all'Oscar Neill Blomkamp. Il film online comprende drammatiche scene di inseguimento che hanno come protagonista la Nuova BMW Serie 5 berlina, con il pilota cult Clive Owen ancora una volta al volante. Poco dopo essere andata online, la nuova produzione è entrata in azione, con oltre 5,5 milioni visualizzazioni su YouTube. I riscontri della stampa sono stati positivi dovunque e questi da soli hanno raggiunto più di 125 milioni di persone in tutto il mondo. "BMW Films ha una reale presenza sui social ed è l'esempio perfetto del modo in cui i contenuti autentici di marketing possono organicamente sostenere e allungare una campagna di prodotto", spiega Hildegard Wortmann, responsabile di BMW Brand.

Nel frattempo, nel mondo non-digitale, le "closed rooms" organizzate in oltre 70 città del mondo hanno attratto più di 70.000 visitatori, che erano ansiosi di vedere direttamente il design e le caratteristiche tecniche della nuova berlina.

BMW Group Italia in collaborazione con i dealer, hanno organizzato più di 60 "closed rooms" con la partecipazione di circa 7.000 persone.

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

BUSINESS ATHLETE

Sotto lo slogan BUSINESS ATHLETE, la campagna di comunicazione entra ora in una fase decisiva. La Nuova BMW Serie 5 berlina possiede l'entusiasmo di una connettività senza precedenti e di dinamiche di guida ulteriormente migliorate, e ha tutto ciò che serve per avere un successo travolgente. Semplicemente è la BUSINESS ATHLETE. Le comunicazioni si concentrano sull'innovazione, sul dinamismo, sulla classe business e sul piacere di guida, dando più o meno importanza a questi aspetti secondo i diversi mercati del mondo. A livello nazionale, la campagna italiana si concentra in particolar modo sul nobile concetto di "atleta" e sulla propensione all'ambizione, intesa come volontà ad un miglioramento continuo.

Un elemento chiave della campagna è, naturalmente, costituito dall'attore Scott Eastwood. Scott è un giovane testimonial e la sua ambizione e il suo dinamismo sono il perfetto abbinamento per la Nuova BMW Serie 5 berlina.

Le collaborazioni con Scott Eastwood copriranno non soltanto la classica pubblicità televisiva ma anche una serie di format online.

Negli spot televisivi, lunghi 30 e 45 secondi, la BMW Serie 5 afferma il suo carattere forte, decisa nel perseguire la propria strada. Sia il veicolo, sia il guidatore vanno avanti senza tentennamenti, con uno spirito vivace e con un obiettivo chiaro. Il messaggio degli spot televisivi viene completato da un tag-on che introduce BMW 530e iPerformance plug-in hybrid, e con essa qualità di sostenibilità e tecnologia.

"I messaggi chiave dei nostri spot sono chiari: il successo va guadagnato. Mai adagiarsi sugli allori", spiega Hildegard Wortmann, responsabile di BMW Brand. "Questo vale per la Nuova BMW Serie 5 quanto per Scott Eastwood. E questa è una delle ragioni per le quali funzionano bene insieme".

Scott Eastwood: "Sono un fan della BMW da molti anni ed è stata una grande esperienza lavorare con il loro team creativo per questa campagna".

Filmato a Los Angeles (USA) e nei suoi dintorni, lo spot è stato creato dal pluri-premiato regista Alex Feil.

La cooperazione con Scott Eastwood è stata ampliata per coprire anche una serie di ulteriori brevi film digitali, comprendenti uno spiritoso cortometraggio che spiega le nuove caratteristiche del Remote 3D View. Altri contributi saranno distribuiti tramite i canali online e i social, in modo specifico.

Allo stesso tempo, la campagna marketing della Nuova BMW Serie 5 berlina segna il lancio della BMW CI aggiornata e della sua nuova immagine, che è rivolta a mettere in risalto pienamente l'estetica, il dinamismo e il carisma innovativo del nuovo modello. Frasi come "il successo è qualcosa che si eredita, deve essere guadagnato" e "costruito per essere altamente prestazionale" sottolineano le ambizioni e le aspirazioni della berlina business, mentre innovazioni come il Touch Display vengono presentate in altri filmati.

La campagna "BUSINESS ATHLETE" sarà adattata per l'utilizzo in oltre 40 paesi del mondo. In Italia la campagna viene lanciata sotto lo slogan "SIATE AMBIZIOSI", per sottolineare l'attitudine ad un miglioramento continuo e ricordare che la sfida più grande è sempre con se stessi.

Agenzie pubblicitarie:

Agenzia principale internazionale: Jung von Matt (Alster), Amburgo
Agenzia Italiana: M&C Saatchi

Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin
BMW Group Italia
Product Communications BMW
E-mail: alessandro.toffanin@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com

**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 2016, il BMW Group ha venduto circa 2.367 milioni di automobili e 145.000 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> BMW Group