

Comunicato stampa N. 100/17

San Donato Milanese, 28 settembre 2017

BMW Italia è Main Partner di SingularityU Italy Summit del 27/28 settembre a Milano.

BMW partecipa al primo Summit italiano di Singularity University con un intervento sulla digitalizzazione dell'auto dal titolo "Car makers going digital - From VIN to PIN."

Milano. Al Centro Congressi Stella Polare di Rho, il 27 e 28 settembre, si svolgerà il SingularityU Italy Summit, momento di incontro di una community mondiale di innovazione e cultura, Singularity University, con base nella Silicon Valley al NASA Research Park, che utilizza le tecnologie esponenziali per affrontare le grandi sfide del futuro e che vede BMW Italia come Main Partner del Convegno e Sponsor delle attività istituzionali del Chapter milanese della Singularity University.

BMW sarà come sempre in prima fila per affrontare i temi della trasformazione tecnologica in atto. BMW Italia, infatti, è main partner del Summit che per la prima volta si svolge in Italia e parteciperà attivamente con l'intervento **"Car makers going digital - From VIN to PIN" di Marcus Casey**, Vice President Digital Business and Customer Experience, Digitalization Customer Interface del BMW Group, che affronterà il tema della trasformazione digitale.

In uno spazio dedicato sarà allestita un'esposizione delle nuove tecnologie ed innovazioni della mobilità del futuro secondo il BMW Group, all'interno delle quali verrà comunicato il mondo BMW Innovation con il focus sulla Connettività che si arricchisce di nuove funzionalità con BMW Connected Plus. In esposizione la Nuova BMW 530e iPerformance, berlina ibrida plug-in che raccoglie la più moderna tecnologia in fatto di guida assistita e connettività.

BMW Connected Plus

BMW Connected collega l'auto con lo stile di vita digitale del proprietario. La tecnologia è perfettamente integrata e in sintonia con le esigenze individuali e il contesto di ciascun utente. Una serie di servizi aggiuntivi progettati per assistere i guidatori BMW nella loro vita quotidiana digitale, con particolare attenzione ai miglioramenti per i veicoli elettrici di BMW i.

I servizi sviluppati appositamente per BMW i sono adattati alle esigenze e ai requisiti della mobilità elettrica. Ad esempio, la vettura elettrica è integrata senza problemi nella vita digitale quotidiana del proprietario. BMW Connected offre già una rapida panoramica di tutti i dati relativi al veicolo (compresa l'autonomia residua e la carica disponibile), che possono essere richiamati da diversi dispositivi, come smartphone e smartwatch. Oltre alle possibilità di richiedere informazioni sullo stato di viaggio e della vettura tramite Alexa o controllando da remoto il veicolo tramite Remote Services, tutte le informazioni sui veicoli sono visualizzate anche all'interno dell'applicazione BMW Connected. Con un "clic" l'utente può ottenere informazioni dettagliate sullo stato delle porte e dei finestrini. Con questa funzione gli utenti sono in grado di verificare che ciascuna porta e i finestrini siano sicuri o sapere esattamente quali devono essere bloccati o chiusi.

Un'altra funzionalità integrata di BMW Connected è il servizio di ricarica digitale di BMW (BMW Digital Charging Service), che consente di caricare i veicoli con una potenza eco-

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

compatibile e con un costo minimo. Il servizio di ricarica digitale di BMW è integrato nel mercato dell'energia e indica automaticamente i momenti di ricarica più convenienti e provenienti da energie rinnovabili. Il sistema assicura che l'auto sia completamente carica per l'orario di partenza desiderato.

In soli 12 mesi, BMW Connected è stata lanciata su 29 mercati, dove ridefinisce l'esperienza di mobilità sia all'interno che all'esterno delle vetture BMW con grande successo. A giugno 2017, il numero di utenti BMW Connected in tutto il mondo aveva già superato il milione. In Italia, tutte le vetture vendute da luglio 2016 sono interamente connesse di serie.

La nuova versione di BMW Connected consente una maggiore personalizzazione della pianificazione del proprio viaggio. Con il profilo utente BMW si può creare un proprio profilo digitale portatile, dove vengono memorizzati tutti i servizi ed i “preferiti” e – grazie alla Cloud Open Mobility – possono essere trasferiti ad altri veicoli BMW. Quindi, se i clienti cambieranno vettura in futuro, possono ancora accedere a tutti i loro servizi personalizzati e le funzioni preimpostate utilizzando il loro accesso BMW.

Un esempio di questa attenzione alla personalizzazione è la capacità di apprendere le destinazioni frequenti all'interno di BMW Connected, in base al quale il servizio impara automaticamente le posizioni di “Casa” e “Ufficio”, nonché i modelli di viaggio dell'utente. Con la nuova versione, queste funzionalità per la comprensione dei requisiti di mobilità quotidiana del cliente verranno implementati ulteriormente, ad esempio, memorizzando i marchi delle stazioni di servizio più visitate per future ricerche.

Il nuovo BMW ConnectedDrive Store è mirato alla personalizzazione utente e offre la gamma completa di servizi digitali e servizi BMW ConnectedDrive, ad esempio l'Online Entertainment, Real Time Traffic Information, Remote Services, consentendo agli utenti di accedere in qualsiasi momento, ovunque online. Disponibile per i clienti in 24 paesi dal giugno 2017, il nuovo Store (www.bmw-connecteddrive.com) rende più facile visualizzare i servizi personalizzati e accedere a nuove applicazioni.

Per ulteriori informazioni:

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

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e 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 è stato di 9,67 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 94,16 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2016, il BMW Group contava 124.729 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