

Comunicato stampa
17 marzo 2020

#InsiemePerRipartire: BMW Italia ha realizzato una campagna multibrand e omnicanale che comprende anche un videomessaggio per dare coraggio e speranza al Paese attraverso le parole di Alex Zanardi.

BMW Italia ha deciso di promuovere una strategia di comunicazione che coinvolge tutti i brand del Gruppo (BMW, BMW Motorrad e MINI) per comunicare a tutti gli stakeholder (cittadini, istituzioni, clienti e concessionari) la sua posizione sul difficile momento che sta attraversando il Paese. Alessandro Zanardi, pilota e brand ambassador BMW, ha espresso in un video i sentimenti di resilienza e speranza per tutti gli italiani.

BMW Italia ha realizzato una campagna caratterizzata dal claim #InsiemePerRipartire che ha coinvolto tutti i brand (BMW, BMW Motorrad e MINI) e tutte le divisioni dell'azienda, con la volontà di esprimere un messaggio di vicinanza al Paese in un momento di grande difficoltà e allo stesso tempo di incoraggiamento e di tensione positiva verso il futuro da affrontare insieme.

Con l'iniziativa di comunicazione "Noi ci siamo. Anche a distanza di sicurezza" declinata su tutti i marchi del Gruppo, BMW Italia e la rete dei concessionari hanno espresso chiaramente la volontà di rimanere vicina ai propri clienti attraverso i siti, i canali social e un approccio digitale al business, agevolato dalle tecnologie che ormai sono parte integrante della nostra vita quotidiana e che in questo momento ci consentono di restare connessi con il mondo.

"Stiamo vivendo tempi molto difficili – ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e A.D. di BMW Italia – ma crediamo che anche in questi frangenti le aziende come la nostra abbiano il dovere morale di prendere una posizione forte e di dare un contributo ad affrontare e superare la complessa situazione con la quale ci stiamo confrontando. Lo dobbiamo fare, mantenendo le distanze per tutelare la salute di tutti, ma con la consapevolezza che solo lavorando uniti e in modo innovativo, insieme saremo capaci di ripartire una volta terminata l'emergenza sanitaria".

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

“Avendo la fortuna di avere un brand ambassador come Alex Zanardi – ha concluso Di Silvestre – abbiamo chiesto a lui di dar voce ai nostri valori e alle nostre speranze, per parlare alle famiglie, ai cittadini, ai clienti, ai concessionari e a tutti coloro che seguono con passione i nostri marchi”.

In un momento delicato come quello che sta attraversando l’Italia, infatti, non sono mancati i messaggi da parte dei rappresentanti delle istituzioni o dei personaggi del mondo della cultura e dello spettacolo.

Tra le tante testimonianze non poteva mancare quella di Alessandro Zanardi, pilota e brand ambassador BMW, atleta paralimpico vincitore di medaglie olimpiche e titoli mondiali, conduttore televisivo di programmi di successo e personaggio tra i più amati dagli italiani, che, in seguito al drammatico incidente del 15 settembre 2001 sulla pista del Lausitzring dove ha subito l’amputazione di entrambe le gambe, ha saputo trovare la forza per ripartire e per valorizzare i suoi talenti residui, immergendosi in una nuova vita fatta di soddisfazioni e traguardi raggiunti.

Nelle parole di Zanardi si ritrova, infatti, lo spirito del campione che può testimoniare le difficoltà di affrontare i cambiamenti drastici imposti dalla vita, ma anche lo sguardo su una situazione che oltre a mettere alla prova fa emergere il comportamento virtuoso di tanti. Non mancano un invito ad affrontare la sfida uniti e un incoraggiamento a uscire tutti insieme da questo momento complesso.

Ecco le parole di Alessandro Zanardi:

«Ciao gente, so che è un momento difficile, in cui tutti abbiamo dovuto cambiare di molto le nostre abitudini. E i cambiamenti, soprattutto quelli che ti stravolgono la vita, sono sempre difficili da accettare – io ne so qualcosa. Eppure, è proprio nelle difficoltà che la nostra vera forza si svela e lo spirito con cui tanti italiani stanno affrontando questa sfida è coinvolgente. Io voglio anche credere che questa possa essere l’opportunità capace di renderci persone migliori. Per cui, tenendo le dovute distanze, cerchiamo di rimanere uniti per affrontare assieme questa sfida enorme e buttarcela al più presto alle spalle. Dai che ce la facciamo!»

Il video è visibile nella homepage del sito BMW (www.bmw.it).

Oltre al videomessaggio, venerdì 13 marzo è iniziata la campagna di comunicazione con l'hashtag #InsiemePerRipartire sui canali social del gruppo, con una declinazione specifica per ogni brand.

BMW e MINI hanno scelto di lanciare il messaggio “Noi ci siamo. Anche a distanza di sicurezza”, diffuso attraverso i profili ufficiali Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn per comunicare la disponibilità dei servizi di assistenza attraverso le concessionarie sul territorio, dell'assistenza stradale Mobile Care – attiva come sempre 24 ore su 24 – per garantire la mobilità di quanti ne hanno necessità anche in questo momento.

Parallelamente, sempre sui canali social, MINI ha intrapreso una iniziativa, dallo scorso fine settimana, volta ad ingaggiare e stimolare i suoi fan al ritorno alla normalità, attraverso IG stories dove i follower raccontano la prima cosa che faranno al termine di questo periodo di emergenza sanitaria. Ancora una volta MINI ha scelto di sorprendere, distrarre e intrattenere la community con una comunicazione unconventional, oltrepassando i classici formati, creando anche il canale Spotify MINI Italia con una serie di playlist editate da Meet Music chiamate Electric Vibes che vengono promosse sui profili social del brand britannico.

BMW Motorrad, sempre da venerdì 13, ha pubblicato sui propri canali social ufficiali (Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn) e sul proprio sito web nazionale un manifesto di responsabilità e di incoraggiamento rivolto ai propri clienti e fan, con il messaggio “Restiamo a casa. Ma pensiamo a quando usciremo”. Inoltre, sulle piattaforme social Instagram e Facebook, verranno invitati i follower a condividere i propri momenti speciali vissuti in sella e cosa faranno con la propria moto dopo il periodo di emergenza sanitaria.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Tel. +39 0251610088

Mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.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. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 133.778 dipendenti.

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

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>