



Comunicato stampa
23 aprile 2020

#InsiemePerRipartire: on air da oggi la seconda fase della campagna di comunicazione realizzata da BMW nel momento in cui l'Italia si prepara a ripartire, affrontando i cambiamenti imposti dalla pandemia. Ancora protagonista Alex Zanardi: "È un nuovo viaggio, possiamo affrontarlo".

BMW Italia ha prodotto un nuovo film da 30'' per trasmettere un messaggio di incoraggiamento nella fase di pianificazione della ripartenza del Paese. La vicenda personale di Zanardi è indicata come paradigma dell'atteggiamento di chi non si arrende di fronte ad un cambiamento ma sa trasformarlo in un nuovo inizio.

È un'Italia profondamente ferita, dalla perdita di migliaia di vite umane e dall'indebolimento del suo tessuto economico, quella che si sta organizzando e cerca il modo per ripartire, dopo aver affrontato la fase di emergenza per la pandemia globale. I segni lasciati non si possono cancellare e il futuro che ci aspetta sarà necessariamente segnato da una serie di limiti e di cambiamenti imposti da una situazione inedita e ricca di incognite. Però, dopo più di un mese di lockdown che ha paralizzato il Paese, si avvicina ora il momento di rimettere in moto le energie e trovare le soluzioni per risollevarsi e ricominciare a vivere e lavorare.

In questo momento delicato BMW sceglie di tornare a far sentire la propria voce, affidando ancora ad Alessandro Zanardi, pilota e brand Ambassador BMW, il compito di trasmettere un messaggio positivo di incoraggiamento **Federico Izzo, Direttore Marketing BMW** ha detto: "A marzo BMW Italia ha lanciato la campagna **#InsiemePerRipartire**, scegliendo, fin dall'inizio della crisi, un messaggio di resilienza, speranza e tensione positiva verso il futuro da affrontare insieme. Oltre alla priorità della tutela della salute, ci è stato da subito chiaro che fosse necessario concentrarsi sulla prospettiva della

BMW

Corporate Communications



ripartenza al termine dell'emergenza sanitaria, mettendo in campo le migliori energie e lavorando uniti e in maniera innovativa alla ricerca delle soluzioni alle sfide che ci si presentano, in una realtà fortemente diversa da quella a cui eravamo abituati. BMW ha nel suo DNA la capacità di innovare e non può che raccogliere la sfida di farsi trovare pronta al momento di rimettersi in moto.”

Per la nuova fase della campagna di comunicazione è stato realizzato, in collaborazione con **Alessandro Zanardi**, un secondo film da 30” che, attraverso immagini suggestive del pilota e campione paralimpico che si allena, offre uno spunto di riflessione ed un modello a cui ispirarsi, richiamando alla necessità di non arrendersi al cambiamento e anzi trasformarlo in un nuovo inizio. La voce narrante BMW racconta il miglior “modello” a cui ispirarsi e apre la strada ad un nuovo viaggio da intraprendere, con una visione aperta verso il prossimo futuro, rappresentato visivamente dalla BMW Concept i4, che prefigura il nuovo modello elettrico atteso per il prossimo anno. Lo spot si chiude con l'esortazione di Alex: “È un nuovo viaggio, possiamo affrontarlo”.

“Il fatto che ho dovuto combattere alcune situazioni difficili nel corso della mia vita non significa che mi piaccia questo tipo di lotta” – ha spiegato Zanardi – “Ma di sicuro, ogni volta che superi un problema nella tua vita, sviluppi nuovi strumenti. Una volta che l'esperienza è alle tue spalle, questi strumenti possono eventualmente rimanere nel tuo bagaglio per superare altri problemi che inevitabilmente dovrai affrontare durante il viaggio della vita. Posso dire che le persone mi sembrano già diverse, che stanno riscoprendo il senso della comunità, il senso delle amicizie, il senso del bisogno reciproco per completarsi veramente. Questo è quello che ci rende umani. Quindi questo è l'unico aspetto positivo di ciò che sta accadendo e dobbiamo assicurarci che questa esperienza insegnerà a tutti una buona lezione e lasceremo tutto questo alle nostre spalle con strumenti migliori per procedere nella nostra vita e vivere meglio. L'importante è agire come una comunità, e davvero seguire le istruzioni che stiamo ricevendo. Il sole sorgerà prima o poi e ci sarà tempo per fare altre cose. Ma per ora è importante che ci mettiamo alle spalle questo nemico nel modo giusto e ricominciamo il viaggio”.

BMW

Corporate Communications



“Siamo felici e orgogliosi di avere condiviso con BMW, che ringrazio, le immagini di Alex Zanardi del docu-film, da noi prodotto, 50 X Rio. La sfida di Zanardi lanciata in vista di Rio 2016, alla soglia dei suoi 50 anni, diventa così la metafora ideale. E nel nuovo viaggio che ci attende, l'esempio di Alex ci farà da guida” afferma **Marina Petrone, Direttore Comunicazione di Enervit**, azienda leader in Italia nel mercato dell'alimentazione sportiva e nell'integrazione funzionale.

Il film è già visibile nella homepage del sito BMW (www.bmw.it). A seguire, oltre che sul web, la campagna sarà on air sui canali social di BMW e in tv.

Il video è stato in parte autoprodotta direttamente da Alex Zanardi. Idea creativa a cura dell'agenzia creativa M&C Saatchi. Strategia social We Are Social. Media Planning gruppo Dentsu.

BMW Italia ringrazia Enervit per le immagini di Alex Zanardi tratte dal film documentario "50 X Rio".

BMW

Corporate Communications



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/>