



Comunicato stampa
11 maggio 2021

La nuova BMW iX “testa di serie numero 1” agli Internazionali BNL d’Italia di tennis 2021 in corso in questi giorni a Roma

BMW Italia è partner della Federazione Italiana Tennis e Official Sponsor degli Internazionali BNL d’Italia dal 2020. In occasione del torneo 2021, la filiale italiana della Casa di Monaco presenta, in anteprima nazionale al pubblico italiano, la nuova BMW iX, il SAV completamente elettrico in arrivo in autunno sul mercato”

La BMW iX è la grande protagonista degli Internazionali BNL d’Italia di tennis in corso di svolgimento in questi giorni a Roma. La vettura elettrica del BMW Group apre una nuova era della mobilità. Combina un design pionieristico e un lusso moderno con le ultime innovazioni nella guida automatizzata, nel sistema operativo, nella connettività e nei servizi digitali.

La vettura fa il suo debutto nazionale per il grande pubblico con un’area espositiva dedicata e una lounge “BMW i – born electric” dove scoprire alcuni dei segreti di questa automobile completamente elettrica, in attesa del lancio ufficiale che avverrà il prossimo 2 giugno. La BMW iX sarà poi disponibile sul mercato italiano a partire dal prossimo autunno.

“Siamo molto felici – ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia – di proseguire questo cammino con la Federazione Italiana Tennis e gli Internazionali di tennis a Roma perché il mondo dello sport condivide con noi un approccio orientato all’integrazione e al dialogo da una parte e alla sostenibilità dall’altra”.



“Le grandi potenzialità di una piattaforma di comunicazione come gli Internazionali - ha proseguito Di Silvestre – ci hanno convinto a far debuttare proprio qui a Roma la nostra nuova BMW iX, una vettura che rivoluzionerà il paradigma della mobilità sostenibile introducendo moltissime innovazioni, ma mantenendo inalterato il DNA della marca”.

BMW e il tennis nel segno dell'integrazione e della sostenibilità

Il legame tra BMW e il tennis nasce dalla condivisione di valori fondamentali e universali quali l'integrazione e la sostenibilità. Del resto, la stessa ONU (Organizzazione delle Nazioni Unite) sostiene il ruolo dello sport in generale, e quindi anche del tennis, nel raggiungere gli SDG (Sustainable Development Goals). Lo sport, infatti, è un linguaggio universale che accomuna popoli, culture e generi. Questi valori fanno parte anche della strategia del BMW Group che da sempre è impegnato in prima linea su progetti di intercultura, dialogo e inclusione sociale. In particolar modo BMW Italia, attraverso il progetto di Corporate Social Responsibility SpecialMente (www.specialmente.bmw.it), promuove queste tematiche in modo importante coinvolgendo le persone sia attraverso attività in presenza sul territorio che attraverso i propri canali di comunicazione.

Allo stesso modo il tennis rappresenta un canale privilegiato attraverso cui comunicare la sostenibilità grazie all'importante numero di spettatori e di persone che coinvolge e allo stesso spirito di rispetto, educazione e impegno che richiede. La sostenibilità, d'altra parte, è al centro della strategia di BMW dal lontano 1973 quando l'azienda creò un ufficio di protezione ambientale nella sua sede centrale di Monaco di Baviera. Da allora, questo approccio integrato è stato costantemente sviluppato tanto da portare nei mesi scorsi all'annuncio di una strategia olistica che



coinvolge tutta la catena del valore proprio per arrivare al 2030 a raggiungere obiettivi in linea con quelli SDG delle Nazioni Unite

BMW Italia e Federazione Italiana Tennis (FIT)

Performance, dinamismo e uno stile inconfondibile sono le caratteristiche che contraddistinguono i numeri uno. Nel tennis e anche su strada.

È proprio partendo da uno sguardo comune sulla realtà e sullo sport, che poggia sulla forza di due marchi profondamente radicati nel vissuto di utenti e sportivi nonché sulla continua volontà di evolversi adattandosi alle esigenze di un mercato e di un mondo in continuo cambiamento, che FIT e BMW hanno trovato nel 2020 un accordo che non guarda solo ai grandi eventi di cui la Federazione Italiana Tennis è detentrica di diritti oppure organizzatrice, ma anche all'attività di base.

BMW è diventata, infatti, Official Car della FIT e dunque dell'attività dei suoi responsabili e dei suoi insegnanti. BMW si fa così partner e strumento dell'obiettivo di diffondere sempre più il tennis sul territorio e a vivere nuove sfide che è nel DNA della Federazione Italiana Tennis.

BMW è entrata così da protagonista nel mondo del tennis, che si è aggiunto agli altri ambiti sportivi in cui si sostanzia l'impegno del gruppo a supporto dei diversi eventi in cui si celebrano performance, passione e dedizione per lo sport, valori condivisi dal brand e dagli atleti delle varie discipline.

La partnership con la Federazione Italiana Tennis, inaugurata a marzo del 2020 quando BMW è stata Official Car degli incontri di qualificazione della Davis Cup by Rakuten della squadra italiana di tennis che hanno visto la vittoria dei portacolori azzurri.



La BMW iX

La nuova ammiraglia tecnologica del BMW Group si concentra sia sul piacere di guida senza emissioni locali - con l'agilità sportiva, l'efficienza e l'autonomia tipiche del marchio - sia su un approccio deciso e integrato alla sostenibilità.

I requisiti di compatibilità ambientale più esigenti sono stati messi in atto in tutta la catena del valore e per l'intero ciclo di vita della BMW iX. L'auto è attualmente nella fase finale del suo sviluppo in serie. Al lancio sul mercato - che inizierà alla fine del 2021 - i clienti potranno scegliere tra due varianti di modello: la BMW iX xDrive50 e la BMW iX xDrive40.

La BMW iX ridefinisce il concetto di Sports Activity Vehicle (SAV) di successo. È il primo modello basato su un nuovo insieme tecnologico modulare e scalabile su cui sarà costruito il futuro del BMW Group.

Lo sviluppo e la produzione della BMW iX seguono un approccio onnicomprensivo alla sostenibilità che prevede il rispetto di rigorosi standard ambientali e sociali nell'estrazione delle materie prime, oltre all'uso di elettricità da fonti rinnovabili e un'alta percentuale di materiali riciclati nel mix. L'impronta di carbonio risultante è dichiarata in un documento di convalida approvato da revisori indipendenti.

Il certificato per la BMW iX xDrive40, ad esempio, mostra che il suo potenziale di riscaldamento globale (GWP) è circa il 45 per cento più basso di quello di uno Sports Activity Vehicle con un motore diesel comparabile su 200.000 chilometri (circa 125.000 miglia) di utilizzo.



Le celle della batteria sono prodotte secondo precisi requisiti del BMW Group e integrate in batterie ad alto voltaggio specifiche per il modello. La BMW iX xDrive50 è quindi dotata di una batteria con un contenuto energetico lordo di oltre 100 kWh nello stabilimento del BMW Group di Dingolfing, mentre l'unità batteria della BMW iX xDrive40 ha un contenuto energetico lordo di oltre 70 kWh. Questo dà alla BMW iX xDrive50 un'autonomia superiore a 600 chilometri (373 miglia) nel ciclo di prova WLTP. E l'autonomia calcolata WLTP della BMW iX xDrive40 è di oltre 400 chilometri (249 miglia). (Tutte le cifre relative alle prestazioni, al consumo di energia e all'autonomia sono previsioni in base all'attuale fase di sviluppo dell'auto).

La nuova tecnologia di ricarica della BMW iX consente la ricarica rapida in corrente continua (DC) con una potenza estremamente elevata. La BMW iX xDrive50 può ricaricare la batteria ad alta tensione fino a 200 kW, mentre la capacità massima di ricarica della BMW iX xDrive40 è di 150 kW. Tutto ciò significa che dieci minuti di plug-in forniscono energia sufficiente per aggiungere più di 120 chilometri (75 miglia) / 90 chilometri (56 miglia) di autonomia. In entrambe le varianti del modello, la carica della batteria ad alto voltaggio può essere aumentata dal 10 all'80 per cento della sua piena capacità in meno di 40 minuti.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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 1.000 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/bmw-group/>