



Comunicato stampa
11 giugno 2021

Nuova BMW iX e Nuova BMW i4: la campagna globale congiunta al ritmo della nuova hit dei Coldplay

"Higher power" è la colonna sonora degli spot televisivi per il debutto dei modelli BMW completamente elettrici. L'inizio di una cooperazione a lungo termine tra BMW e la mega-band della Warner Music con la sostenibilità come elemento unificante

Monaco. Il piacere di guidare senza emissioni non è mai stato così autentico come con la Nuova BMW iX e la Nuova BMW i4. La colonna sonora più appropriata per il debutto degli ultimi modelli completamente elettrici si chiama "Higher Power", ultimo singolo dei Coldplay. Il brano del quartetto britannico accompagna gli spot televisivi girati per il lancio della campagna di comunicazione mondiale congiunta dei due nuovi modelli, e attraverso le parole "This joy is electric" (questa gioia è elettrica) trasmette il messaggio perfetto. La canzone, a favore di nuova era della mobilità individuale, segna l'inizio di una collaborazione a lungo termine tra BMW e i Coldplay.

Già nel 2014, i Coldplay, composti da Chris Martin, Jonny Buckland, Will Champion e Guy Berryman, si sono esibiti davanti a 1.500 fan al termine del loro "Ghost Stories Tour" presso il BMW Welt di Monaco. Sulla base del contatto stabilito in quell'occasione, ha preso vita una connessione creativa tra la casa automobilistica premium e il gruppo musicale, fenomeno mondiale delle classifiche, basata in particolare sul comune interesse per la sostenibilità in vari aspetti della vita.

"Ci siamo resi conto fin dalle prime discussioni che i Coldplay e BMW condividono molti obiettivi, ben oltre il marketing" ha dichiarato Jens Thiemer, Senior Vice President Customer and Brand BMW. "Su questa base abbiamo sviluppato un vero e proprio processo di co-creazione al quale la band ha partecipato attivamente, contribuendo con le proprie idee e carattere allo sviluppo della nostra campagna per la BMW iX e la BMW i4". La sensibilità comune sul tema della sostenibilità ha dato vita a un intenso processo creativo tra BMW e i musicisti britannici, che nel corso dell'anno darà vita ad ulteriori elementi prodotti in collaborazione.



Per il BMW Group, la première della BMW iX e della BMW i4 è un passo fondamentale nella fase attuale della sua trasformazione verso la mobilità elettrica. Il gruppo prevede che i modelli completamente elettrici rappresenteranno almeno il 50 per cento delle vendite globali già nel 2030. I Coldplay sono alla ricerca di metodi innovativi per combinare la loro popolarità e le loro performance davanti a migliaia di entusiasti fan con un impatto positivo in termini di sostenibilità. La band ha dichiarato: "Siamo orgogliosi di collaborare con BMW come parte dei nostri sforzi per rendere tutto ciò che facciamo il più sostenibile possibile. La tecnologia che BMW implementa nelle auto elettriche può alimentare le nostre performance dal vivo quasi interamente con energia rinnovabile".

Per il lancio della loro nuova canzone "Higher Power", i Coldplay hanno superato ancora una volta i confini della musica. Il mese scorso hanno infatti presentato in anteprima "Higher Power" nello spazio. Il brano è stato riprodotto per la prima volta dall'astronauta francese Thomas Pesquet dalla Stazione Spaziale Internazionale. Poco dopo, la band si è esibita per il pubblico terrestre nel suo primo set dal vivo del 2021 in uno speciale livestream dal Glastonbury Festival.

Con il lancio del filmato della campagna della BMW iX e BMW i4, i fan di tutto il mondo possono ora apprezzare la melodia di "Higher Power". "E questo è solo l'inizio" ha annunciato Stefan Ponikva, Vice President BMW Brand Communication and Brand Experience. "Siamo impazienti di poter realizzare altri progetti emozionanti focalizzati sulla sostenibilità attraverso una collaborazione intensa e autentica con i Coldplay".

https://www.youtube.com/watch?v=loYO_aNqYOI

I dati ufficiali per il consumo di carburante, le emissioni di CO₂ e il consumo di energia sono stati misurati utilizzando il metodo stabilito e sono conformi al Regolamento VO (CE) 715/2007 inclusi emendamenti. Per quanto riguarda le gamme, i dati NEDC tengono conto delle differenze nelle dimensioni delle ruote e degli pneumatici selezionati, mentre i dati WLTP tengono conto degli effetti di tutti gli optional. Le cifre WLTP sono usate per valutare le imposte e altri diritti relativi al veicolo

che si basano (anche) sulle emissioni di CO₂ e, se del caso, ai fini delle sovvenzioni specifiche per i veicoli. I dati NEDC sono stati calcolati utilizzando il nuovo metodo di misurazione WLTP e adattati al metodo NEDC a fini comparativi. Per i veicoli di nuova omologazione dal 01.01.2021, le cifre ufficiali sono disponibili solo secondo il WLTP. Per ulteriori dettagli sui metodi di misurazione NEDC e WLTP, consultare www.bmw.de/wltp



Per ulteriori dettagli sulle cifre ufficiali del consumo di carburante e sulle emissioni ufficiali specifiche di CO₂ delle auto nuove, si prega di fare riferimento al " Manual on fuel consumption, CO₂ emissions and power consumption of new cars " disponibile nei punti vendita, presso la Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen e su <https://www.dat.de/co2/>

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/>