

BMW
GROUP
Corporate Communications



Comunicato stampa
9 febbraio 2022

BMW esordisce con un nuovo spot durante il Super Bowl con Arnold Schwarzenegger, Salma Hayek Pinault e la nuovissima Sports Activity Vehicle BMW iX completamente elettrica

- Concepito da Goodby Silverstein & Partners e diretto da Bryan Buckley, lo spot di 60 secondi andrà in onda durante la terza pausa pubblicitaria del primo quarto.
- BMW lancerà due nuovi veicoli completamente elettrici negli Stati Uniti il mese prossimo: BMW iX Sports Activity Vehicle e BMW i4 Gran Coupé quattro porte.

Woodcliff Lake, NJ - BMW lancerà un nuovo spot di 60 secondi durante il Super Bowl di domenica 13 febbraio 2022, per presentare il suo nuovissimo Sports Activity Vehicle BMW iX completamente elettrico, che arriverà negli Stati Uniti il mese prossimo. Lo spot, ricco di star, coinvolge il leggendario Arnold Schwarzenegger e la candidata all'Oscar Salma Hayek Pinault, ed è stato diretto dal regista Bryan Buckley, nominato due volte all'Oscar. Andrà in onda durante la terza pausa pubblicitaria del primo quarto di gioco.

Schwarzenegger interpreta Zeus, il dio greco dei fulmini, e Hayek Pinault interpreta sua moglie, la dea Hera, mentre si congedano dal Monte Olimpo per una vita tranquilla a Palm Springs, California. Tuttavia, la monotonia della pensione pesa rapidamente su Zeus, frustrato dall'elettronica terrena e dalle continue richieste dei suoi assillanti vicini mortali di caricare i loro golf cart elettrici e tagliasiepi. Nel frattempo, Hera, l'eroina della storia, si è completamente acclimatata e si gode la pensione. Nel tentativo di riportare un po' di brio nella vita di Zeus, gli regala una BMW iX elettrica, che riaccende rapidamente le abilità elettriche del marito.



Lo spot si conclude con la coppia felice a bordo della nuova BMW iX al ritmo di "Electric Avenue" di Eddy Grant, mentre Zeus usa la sua energia elettrica per far scattare il verde ai semafori.

"La mobilità completamente elettrica è il cuore del marchio BMW", ha dichiarato Jens Thiemer, senior vice president, customer and brand, BMW AG. "Non esiste posto migliore per fare questa dichiarazione che davanti a uno dei più grandi pubblici televisivi del mondo, dove gli spettatori si sintonizzano tanto per la pubblicità quanto per il gioco. Con Arnold e Salma, mostriamo al mondo la nuova BMW iX in un modo memorabile e d'impatto".

"L'umorismo sta nel fatto che il leggendario dio dei fulmini, che si suppone sia indistruttibile, combatte con l'elettronica di tutti i giorni", ha dichiarato Schwarzenegger. "Solo quando la sua brillante moglie gli regala una BMW iX completamente elettrica Zeus rimane colpito dal potente potere dell'elettricità e ringiovanisce completamente".

Lo spot è stato concepito dalla principale agenzia creativa di BMW negli Stati Uniti, Goodby Silverstein & Partners, e diretto dal regista Bryan Buckley, nominato due volte all'Oscar e molto acclamato per aver lavorato a più di 65 spot del Super Bowl. Lo spot segna inoltre il debutto di Hayek Pinault all'interno di uno spot del Super Bowl e la prima volta dell'attrice al fianco di Schwarzenegger in uno spot nazionale.

"Questo è il mio primo spot per il Super Bowl e la prima volta che interpreto una dea greca", ha dichiarato Hayek Pinault. "Il settantacinque per cento delle decisioni matrimoniali inerenti al come spendere i soldi viene preso da donne, e in questo spot è la donna che decide l'auto giusta per rimettere in pista il marito. Certo, lo spot è divertente, ma racconta anche una verità umana".

"Ho fatto circa 60 spot per il Super Bowl. Non ho mai avuto più star power di questi due", ha dichiarato il regista Bryan Buckley. "Non appena ho visto il nome di Schwarzenegger sulla sceneggiatura ho deciso che l'avrei fatto. E Salma - non c'è nessuna più grande di lei come attrice. È un film in 60 secondi, ed è sul palcoscenico più grande di tutti".



"Trascendendo lo sport, questo iconico evento annuale non è solo una partita di campionato. È un fenomeno culturale in cui gli spettatori sono ancora più attenti quando non c'è azione in campo", ha dichiarato Rich Silverstein, co-fondatore e co-presidente di Goodby Silverstein & Partners. "C'è solo una persona sul pianeta che potrebbe dire di essere Zeus, ed è Arnold. E c'è solo un marchio degno di essere chiamato Ultimate Electric Driving Machine, ed è BMW. Avevamo bisogno di mostrarlo in grande stile, ed è quello che faremo il 13 febbraio".

Progettata per fornire molto più di una semplice mobilità da comuni mortali, la BMW iX combina la quinta generazione della tecnologia BMW eDrive con gli ultimi sviluppi del gruppo nei campi del design, della connettività, dei servizi digitali e della sostenibilità. Con 516 CV e un'accelerazione da 0 a 100 in soli 4,6 secondi, la BMW iX offre un'esperienza di guida esaltante con una stima EPA fino a 324 miglia di autonomia completamente elettrica e la più recente tecnologia a bordo, compresa la connettività 5G, un ampio display curvo che unisce il display informativo da 12,3 pollici con un display di controllo centrale da 14,9 pollici e il debutto di BMW iDrive 8, l'ultimo sistema di interfaccia utente del Gruppo. La BMW iX parte da 83.200 dollari più 995 dollari per destinazione e gestione.

"Questo è un evento di rilievo negli Stati Uniti e il palcoscenico perfetto per presentare la BMW iX ai nostri clienti", ha dichiarato Uwe Dreher, vicepresidente marketing di BMW North America. "Abbiamo già osservato un numero significativo di preordini sia per la BMW iX che per la BMW i4, e un enorme entusiasmo per questi due nuovi veicoli elettrici".

Insieme alla BMW iX, il mese prossimo BMW lancerà anche la BMW i4 quattro porte Gran Coupé completamente elettrica negli Stati Uniti. Il gruppo farà un passo importante verso il suo obiettivo di coprire, entro il 2030, il 50% delle vendite globali con veicoli completamente elettrici.

L'ultimo spot di BMW per il Super Bowl è apparso nel 2015 con Katie Couric e Bryant Gumbel meravigliati dal trovarsi davanti il primo veicolo completamente elettrico di BMW, la BMW i3. La BMW i3 è stata una pioniera dell'eletromobilità e in seguito è diventata uno dei veicoli elettrici premium più venduti al mondo.



Lo spot ufficiale **BMW Super Bowl 2022** è disponibile su
<https://www.youtube.com/watch?v=nUC1QA5gRcU>

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi

Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione

Mail: roberto.olivi@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 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 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 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/bmw-group/>