



Comunicato stampa
6 febbraio 2023

BMW IconicSounds Electric al Festival di Sanremo 2023.
Il suono delle auto elettriche del BMW Group è protagonista dello spot realizzato da BMW Italia per la programmazione durante il Festival della canzone italiana che inizia domani su RAI 1. Alcuni allievi dell'Orchestra dell'Accademia Teatro alla Scala diretti dal maestro Pietro Mianiti hanno suonato in anteprima mondiale uno dei suoni sviluppati per le vetture elettriche del BMW Group. Il progetto è stato supervisionato da Renzo Vitale, Creative Director Sound di BMW Group.
Il filmato sarà trasmesso nella settimana del Festival, in esclusiva per la manifestazione e sarà poi messo a disposizione dei mercati internazionali del BMW Group. Lo spot è stato diretto da Giacomo Boeri.

BMW Italia ha realizzato uno speciale progetto di comunicazione per raccontare il modo di vedere e interpretare l'elettromobilità dell'azienda, in modo emozionale e passionale, attraverso la musica, la creatività e l'arte. Lo spot, diretto da Giacomo Boeri, regista con maturata esperienza nel campo automotive e luxury, andrà in onda in esclusiva durante la programmazione del Festival di Sanremo. Il concept creativo verte su BMW IconicSounds Electric e la rappresentazione onirica che suscita l'emozione del carattere acustico dei suoni di una BMW elettrica che sono stati riprodotti sinfonicamente da alcuni allievi dell'Orchestra dell'Accademia Teatro alla Scala, diretti dal maestro Pietro Mianiti, e digitalmente nell'auto. "E' un progetto innovativo – ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - che avrete modo di apprezzare a partire da domani durante la programmazione della settantatreesima edizione del Festival di Sanremo in onda su Rai 1 dal 7 all'11 febbraio. Uno spot TV ideato e realizzato da BMW Italia in collaborazione con l'Accademia Teatro alla Scala, di cui siamo partner, e la supervisione di Renzo Vitale, il nostro Creative

Director Sound, l'artista che ha creato le speciali colonne sonore delle BMW elettriche".

"Questa iniziativa – ha poi concluso Massimiliano Di Silvestre – è la perfetta interpretazione di quello che lo scorso anno abbiamo raccontato nella mostra «The Italians' touch» che abbiamo ospitato nella nostra House of BMW di Milano. Esprime cioè la voglia del team di BMW Italia di farsi ispirare da personaggi straordinari come Giugiaro, Michelotti, Ravaglia, Zanardi, per dare un contributo importante e significativo all'azienda in termini di innovazione e capacità di ispirare il mercato. Questo progetto di comunicazione rappresenta anche il modo migliore per iniziare le celebrazioni dei 50 anni di storia di BMW Italia che nacque nel 1973".

"La storia – ha spiegato Carlo Botto Poala, Direttore Marketing BMW – viene rivelata passo dopo passo, lasciando la guida narrativa alla luce quale metafora di energia e tecnologia: è l'elemento cardine che collega in modo armonioso e interessante i due mondi del film, quello di una vettura elettrica (in questo caso la BMW i7) e l'Orchestra dell'Accademia Teatro alla Scala, fino a fonderli insieme come in una vera e propria sinfonia".

"Il film diretto da Giacomo Boeri – ha poi proseguito Botto Poala - è un climax di ritmo e susseguirsi di immagini sempre più intense con cambi di velocità, pause e respiri dettati dai movimenti del Direttore d'orchestra che è il legame visivo tra musica e azione e dalla figura di una spettatrice che vive l'emozione del suono sia a bordo della vettura che assistendo alla rappresentazione sinfonica. Il trattamento visivo è forte e capace di rappresentare il futuro, tramite l'uso della scenografia, della fotografia e dello styling".

Il suono interpretato dagli allievi dell'Orchestra dell'Accademia Teatro alla Scala, diretti da Pietro Mianiti, è la partitura di uno dei BMW IconicSounds Electric, i suoni creati dal BMW Group per dare voce alle vetture a emissioni zero della gamma. In particolare, è stato scelto My Mode Expressive. La sua tonalità di base consiste in una nota di violino. Ad essa, si sovrappone un altro suono più acuto quando si accelera, facendo sì che la melodia cambi man mano che la velocità del veicolo aumenta. Il primo accordo completo si sente quando il veicolo raggiunge i 60 km/h, seguito da un secondo accordo completo a 120 km/h. Quando si guida a velocità costante, invece, il tono rimane lo stesso mentre il volume viene abbassato significativamente per non interferire con la percezione acustica della silenziosità del sistema di guida.

BMW IconicSounds Electric

Le esperienze di guida offerte dai modelli elettrici BMW spaziano dal piacere silenzioso alle prestazioni dinamiche e sportive. E, grazie alle sonorità dinamiche del brand, il piacere di guida in modalità elettrica acquista ancora più profondità. I BMW IconicSounds Electric includono dei "soundscapes" studiati per i modelli della gamma BMW a zero emissioni. I "soundscapes" sono nati da una collaborazione tra il BMW Group e il compositore di colonne sonore cinematografiche Hans Zimmer, vincitore di Grammy e dell'Academy Award.

"Creiamo suoni che emozionano e che celebrano la bellezza e la complessità dei nostri veicoli", afferma **Renzo Vitale**, Creative Director Sound del BMW Group.

I BMW IconicSounds Electric sono disponibili per BMW i4, BMW iX e BMW i7 dallo scorso anno. Possono essere importati in veicoli adeguatamente equipaggiati tramite i Remote Software Upgrade. I suoni creati da BMW IconicSounds Electric variano a seconda dei My Modes scelti dal guidatore. Le impostazioni attualmente disponibili sono: Personal, Sport, Efficient, Expressive e Relax, con soundscapes diversi da abbinare. Allo stesso modo, i modelli BMW M elettrificati, sono dotati di versioni BMW IconicSounds Electric appositamente sviluppate.

La mobilità elettrica e la creazione del sistema acustico

La progressione verso la mobilità elettrica ha implicato un cambiamento di paradigma in termini di acustica del sistema propulsivo. A differenza dei veicoli alimentati in modo convenzionale, in cui il processo di combustione nel motore è accompagnato da un suono, i sistemi di azionamento dei veicoli elettrici non emettono quasi nessun rumore. La loro emissione sonora, molto discreta, varia molto poco da un motore all'altro.

Di conseguenza, il passaggio dai motori a combustione alla mobilità elettrica offre ai sound designer una straordinaria opportunità di ripensare completamente la percezione acustica di un veicolo. Si possono creare paesaggi sonori che aiutino a rendere l'esperienza di mobilità sostenibile ancora più intensa, ancora più presente e ancora più distintiva.

Nella sua essenza, la silenziosità della guida elettrica genera un elevato livello di comfort acustico, tuttavia, l'assenza di suono toglie anche qualcosa all'esperienza di guida.

I BMW IconicSounds Electric sono stati sviluppati con precisione ed eleganza ipotizzando le reazioni del guidatore, per potergli offrire un'esperienza emotivamente coinvolgente basata sull'interazione col veicolo. Durante la creazione dei suoni che possono essere ascoltati nell'abitacolo dei modelli BMW elettrificati, gli sviluppatori si sono assicurati che il conducente fosse guidato dalla "colonna sonora", senza venirne sopraffatto.

My Modes: il suono come parte di un'esperienza onnicomprensiva

All'interno dello spettro sonoro definito per ogni specifico modello, il suono di guida emesso dai veicoli elettrici BMW varia a seconda dei My Modes selezionati. I My Modes creano un'esperienza completa nell'abitacolo, orientata alle preferenze personali del guidatore. Tale esperienza stimola più sensi contemporaneamente, evocando momenti molto speciali per il conducente e i suoi passeggeri. Attivati tramite un pulsante sulla consolle centrale, i My Modes combinano e orchestrano numerose funzioni del veicolo, tra cui i suoni di guida. Con BMW IconicSounds Electric, la differenza tra i suoni di guida nei singoli My Modes è ancora più evidente. "Ogni My Mode pone l'accento su diversi aspetti del carattere dell'auto, e ciò può essere intuito anche dal suono che produce", spiega Renzo Vitale.

I soundscapes ideati per i My Modes sono una composizione di varie generazioni di suoni, alcuni più tradizionali mentre altri completamente nuovi. La base è data da voci umane e strumenti classici, ma vengono utilizzati anche suoni meccanici e combinazioni insolite per produrre vari toni. Ad esempio, voci femminili e il suono di una corda di chitarra fatta vibrare da un cilindro di vetro sono solo alcuni degli elementi incorporati nel sound del My Mode Comfort della BMW i4, come spiega Renzo Vitale: "In questo modo, trasponiamo le caratteristiche del sistema di propulsione elettrica in un particolare soundscape in pieno stile BMW".

Il suono rafforza la relazione tra il conducente e l'auto

Gli automobilisti non si identificano con la loro BMW solo in base alle caratteristiche prestazionali del propulsore e alle caratteristiche di guida - anche il suono gioca un ruolo chiave. BMW IconicSounds Electric fornisce ancora più possibilità per rafforzare questo legame

emotivo trasformandolo in un'esperienza inconfondibile. Per la prima volta i soundscapes, concepiti per i modelli a propulsione elettrica e le loro varianti, a seconda della modalità My Mode selezionata tengono conto anche delle preferenze personali del guidatore e delle sue abitudini a seconda della situazione.

Ciò significa che l'interazione tra conducente e veicolo può essere percepita nell'abitacolo più intensamente che mai. "Il feedback acustico in fase di accelerazione è stato messo a punto in base alla variazione della pendenza del pedale", spiega Renzo Vitale. La modulazione del suono è quindi abbinata all'angolo dell'acceleratore e, per estensione, agli input del conducente con grande precisione. "Quando il guidatore interagisce con il pedale, è più di un semplice punto di contatto meccanico: è un elemento performativo" spiega Hans Zimmer. "Accelerare si trasforma in un'esperienza che porta il guidatore attraverso tutta una serie di texture sonore che cambiano gradualmente".

Agenzia Creativa: Media.Monks Milano

Casa di Produzione: Toga

Regista: Giacomo Boeri

Pianificazione Media Offline: iProspect

Pianificazione Media Digital: Mediaplus

Curiosità sulla produzione:

- 2 giorni di shooting
- 50+ persone tra produzione e crew tecnica
- orchestra composta da 14 elementi e direttore d'orchestra
- 5 giorni di post-produzione

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 comprende oltre 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio nel mondo ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2022, il BMW Group ha venduto oltre 2,4 milioni di automobili e oltre 202.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 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/>