

BMW

GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Comunicato stampa
22 febbraio 2023

Discorso di Massimiliano Di Silvestre – AD e Presidente BMW Italia

Conferenza stampa di celebrazione dei 20 anni di BMW Roma e di inaugurazione della mostra The Italians' Touch a Roma del 21 febbraio 2023

Buongiorno a tutti e benvenuti nel nostro Urban Store di via Barberini per un incontro molto importante per BMW Group Italia. Nel 2023, infatti, festeggiamo i 100 anni di BMW Motorrad, i 50 anni di BMW Italia e i 20 anni della Filiale BMW Roma. Tre traguardi importanti della nostra storia in Italia e nella capitale.

Come sempre, non vogliamo celebrarli guardando al passato, ma proiettandoli nel futuro. Perché vogliamo continuare ad innovare. Ad essere leader. A disegnare il futuro della mobilità e del nostro business. Un nuovo mondo che immaginiamo elettrico, digitale e circolare.

A noi piace l'idea di farci ispirare dalla storia, per capire come possiamo dare un contributo migliore come team di BMW Italia al futuro dell'azienda.

Ecco perché a dicembre del 2022 abbiamo aperto a Milano una mostra che aveva come titolo "The Italians 'touch. Una storia di passione" realizzata da BMW Italia insieme ad Andreas Braun, curatore del BMW Museum che ringrazio per l'entusiasmo, la competenza e la passione che ha trasmesso al progetto. Grazie Andreas anche per essere con noi oggi.

L'obiettivo di quell'iniziativa andava oltre l'apprezzamento delle eccellenze italiane che venivano celebrate. Voleva rappresentare un messaggio di stimolo per le persone di BMW Italia, partendo dal sottoscritto, a continuare a fare la differenza soprattutto in questa fase di profonda trasformazione del mercato, della tecnologia e del modello di business. Questo abbiamo raccontato a voi media e al nostro CEO Oliver Zipse che è venuto personalmente ad inaugurare la mostra il 7 dicembre dello scorso anno.

BMW **GROUP**

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Il successo di pubblico, oltre 2mila visitatori in un mese, ci ha convinto che fosse una bella idea portare l'esposizione qui a Roma, in questo spazio molto importante per noi, per dare l'opportunità anche al pubblico della capitale di apprezzarne i contenuti e per condividere l'anniversario dei 20 anni di storia della nostra filiale.

Dalla BMW M1 di Giugiaro che ha avviato la storia del Brand sportivo M alla versione Touring, dell'omonima Carrozzeria Touring Superleggera, che interpreta da sempre la nostra proposta molto lifestyle di Station wagon. Da Michelotti, che è stato il designer guida della rinascita di BMW negli anni Cinquanta con la BMW 700 prima e la 1500 poi, alla BMW 3200 CS di Bertone, fino alla Art Car di Sandro Chia. Ma anche il mondiale turismo vinto da Roberto Ravaglia nel 1987, il trionfo nella 24 Ore di Le Mans nel 1999 con Pierluigi Martini, le performance della Brabham BMW in F1 su cui correva Riccardo Patrese e le vittorie di Alessandro Zanardi nei campionati GT.

E i talenti di oggi, come Renzo Vitale che dà voce e anima alle vetture elettriche con gli IconicSounds. Questo è il racconto che ritrovate riproposto qui in via Barberini.

In questo percorso, rinnovato e arricchito per l'occasione, valorizziamo anche l'italianità del business retail attraverso la Filiale diretta BMW Roma come azienda che da 20 anni (esattamente dal 1 ottobre 2003) è leader di volumi e quote di mercato, di parametri qualitativi e processi retail innovativi nell'intero BMW Group. I nuovi Urban Store BMW e MINI che ci ospitano rappresentano la nostra visione di retailer del futuro. E sono un benchmark a livello globale sin dal 2014, data di apertura di questo showroom. Ecco abbiamo integrato il racconto della mostra includendo BMW Roma e rendere un doveroso omaggio al Team dell'Amministratore delegato della Filiale, Salvatore Nanni.

“The Italians'touch è una mostra, una storia, sul talento italiano come metafora del nostro potenziale di oggi che rappresenta una spinta propulsiva alla motivazione per tutto il management di BMW Italia”. Questo avevo detto il 6 dicembre in occasione dell'inaugurazione con i media a Milano.

E oggi, infatti, siamo qui anche per raccontarvi cosa abbiamo fatto da quel giorno in avanti, spinti da quella propulsione. Spinti dalla voglia di fare qualcosa di importante per lasciare un segno in occasione dei 50 anni di BMW Italia. Vi voglio parlare di tre iniziative.



La prima riguarda il mondo della musica

Siamo partiti con un'idea ambiziosa e di altissimo livello. Abbiamo realizzato uno speciale progetto di comunicazione per raccontare il modo di vedere e interpretare l'eletromobilità dell'azienda, in maniera emozionale e passionale, attraverso la musica, la creatività e l'arte.

Adottando un linguaggio differenziante anche rispetto al resto del mercato, attraverso i BMW IconicSounds Electric, i suoni delle nostre automobili elettriche create dal Creative Sound Director del BMW Group, Renzo Vitale.

Abbiamo immaginato la rappresentazione onirica che suscita l'emozione del carattere acustico dei suoni di una BMW elettrica riprodotti sinfonicamente da alcuni allievi dell'Orchestra dell'Accademia Teatro alla Scala, diretti dal maestro Pietro Mianiti, e digitalmente nell'auto.

Un percorso narrativo che ha avuto il suo debutto durante la programmazione del Festival di Sanremo. Uno spot TV ideato e realizzato da BMW Italia e diretto da Giacomo Boeri, regista con maturata esperienza nel campo automotive e luxury e che utilizzeremo nel corso dell'anno per aiutarci a raccontare in modo differenziante il nostro approccio all'eletromobilità. Un'iniziativa pensata con approccio internazionale e messa a disposizioni di tutti i mercati del BMW Group.

Abbiamo creato una sezione dedicata sul nostro sito bmw.it al tema e stiamo programmando una campagna multicanale dove raccontare questa storia unica, utilizzando tutti i materiali di comunicazione che abbiamo preparato durante la realizzazione del film.

Per chi di voi non avesse avuto l'occasione di vederlo, ho il piacere di mostrarvelo oggi (video di 45 secondi).

Prima di passare al secondo punto ho il piacere di chiedere a Renzo Vitale di raccontarci il dietro le quinte e la creazione di questo spot.

Secondo punto. I servizi di ricarica.

Nei mesi scorsi abbiamo iniziato a lavorare con un partner di eccellenza, per offrire maggiori servizi ai nostri clienti e personalizzare a livello di comunicazione una parte delle infrastrutture di ricarica con i nostri brand BMW e MINI.

Il progetto, che si aggiunge a quelli internazionali, testimonia la nostra volontà di promuovere la cultura della mobilità elettrica non solo con un'offerta di prodotti straordinaria (15 modelli già in



produzione dalla fine del 2022) ma anche attraverso il contributo al tema delle infrastrutture di ricarica e i servizi connessi che resta nodale, soprattutto nel nostro Paese. E' un segno di attenzione e supporto ai nostri clienti che stanno facendo una chiara scelta di mobilità a emissioni zero.

A questo si aggiunge che, da fine 2022, stiamo implementando una rete di stazioni di ricarica brandizzate BMW e MINI presso location affini al nostro target quali Golf Club, Ristoranti, Hotel e Resort, Porti, Yacht Club, Tennis e Padel Club, in collaborazione con la rete dei nostri concessionari.

L'attività si inserisce in un più ampio progetto di infrastrutturazione a livello globale dove sono coinvolti più di 30 Paesi. E 'un progetto appena avviato che prevede un incremento continuo di postazioni nel corso del 2023 e dei prossimi anni. Le location coinvolte saranno pubblicate nei siti BMW e MINI con visibilità a livello mondiale.

Terzo e ultimo punto. Una nuova storia per la nostra House of BMW a Milano.

Lo scorso 6 gennaio abbiamo terminato la prima fase della nostra House of BMW nella sede di via Verri 10 a Milano. Una storia straordinaria e di successo: oltre 170 iniziative e più di 15mila persone coinvolte. Vi avevamo promesso un'evoluzione e una nuova narrazione per il 2023.

Oggi ho il piacere di annunciarvi che per il Salone del Mobile di Milano avremo un nuovo spazio nel quadrilatero della moda, ancora più prestigioso e che ci darà modo di proseguire nella nostra strategia "human centric", nella relazione con le persone ed il mercato.

Nella narrazione di un futuro elettrico, digitale e circolare, dove "hi-tech" e "hi-touch" continuano ad essere due facce della stessa medaglia: quella della mobilità sostenibile.

Signore e signori,

il 2023 è iniziato da poche settimane ma abbiamo già avuto modo di condividere come la nostra strategia sia chiara e gli obiettivi definiti. Con la presentazione della BMW i Vision DEE a gennaio al CES abbiamo fatto un passo deciso verso l'introduzione della Neue Klasse che nel 2025 capovolgerà il nostro paradigma nella produzione delle automobili, partendo direttamente da quelle a batteria.

**BMW
GROUP**
Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

E con l'offensiva di prodotto che abbiamo pianificato per quest'anno vogliamo proseguire sulla strada dell'elettrificazione presidiando tutti i segmenti del premium, con particolare attenzione a quelli medio alti che garantiscono maggiore prestigio ai brand e profitabilità nostra e della rete dei partner.

Raggiungere questi traguardi rappresenta il miglior modo per celebrare i nostri anniversari. 100 anni di BMW Motorrad, 50 di BMW Italia e 20 di BMW Roma.

Grazie dell'attenzione e buona visita della mostra.

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>

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

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/>