



Comunicato stampa  
9 febbraio 2024

**MAKE IT REAL, uno straordinario viaggio immersivo alla scoperta della nuova BMW X2 presso la House of BMW di via Monte Napoleone 12 a Milano dal 9 al 18 febbraio.**

Per immergersi nel mondo dell'ultima nata di Casa BMW è possibile registrarsi sul sito [www.bmw.it](http://www.bmw.it) oppure visitare direttamente la casa del brand nel quadrilatero della moda di Milano.

In un mondo sempre più digitale e virtuale, la nuova BMW iX2 celebra la realtà e le emozioni umane, attraverso uno spot con protagonista la virtual influencer Lil Miquela che a bordo della nuova BMW iX2 vive emozioni talmente forti da decidere di cambiare la propria condizione e restare nel mondo reale. Questo viaggio si esprime nel claim "Make it real" che accompagna l'introduzione sul mercato della nuova BMW iX2.

Tra le emozioni umane spicca il concetto di JOY, valore centrale del brand BMW, che diventa il fil rouge dell'installazione realizzata da BMW Italia presso la House Of BMW di via Monte Napoleone 12, dove è allestita la prima experience multisensoriale del brand, generata dalla tecnologia e dalla creatività umana insieme. Il viaggio immersivo sarà aperto al pubblico dal 9 al 18 febbraio.

Per accedere sarà sufficiente registrarsi sul sito [www.bmw.it](http://www.bmw.it) nella sezione dedicata all'evento, oppure recarsi direttamente presso la House of BMW.

"La tecnologia, il design, i nostri valori, la bellezza, l'innovazione ed il digitale nonché l'approccio sostenibile e circolare - ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore delegato di BMW Italia - sono stati alla base dell'idea della House of BMW, un luogo capace di stimolare una relazione umana di alto livello, in un luogo raffinato, caldo, accogliente, innovativo. Esclusivo ma inclusivo. Un ambiente dove l'approccio "on life", in grado di



coniugare l'esperienza virtuale e quella reale, ha realizzato una sintesi efficace".

"Per raccontare la nuova BMW X2 - poi proseguito Di Silvestre - abbiamo creato un percorso sensoriale ed immersivo nella nostra House of BMW che abbiamo completamente trasformato per 10 giorni. Qui proponiamo esperienze visive, uditive, olfattive che accompagneranno i visitatori e li guideranno nel mondo della nuova BMW X2. Faranno un viaggio in cui reale, digitale e virtuale si mescoleranno. E troveranno una forma. Quella della nuova BMW iX2"

Sarà possibile immergersi nel mondo della nuova BMW X2 grazie a tre postazioni sensoriali.

### THE SOUND OF JOY

Nella prima, un musicista duetta insieme a un pianoforte alimentato dall'Intelligenza Artificiale. La spettacolarità della live performance è data dal fatto che i due pianoforti non seguono uno spartito o un algoritmo prestabilito ma improvvisano, dimostrando la capacità dell'uomo di adattarsi al software generativo - sviluppato ad hoc per l'evento - e viceversa.

In base alla modalità scelta, il software generativo può "guidare" l'artista oppure accompagnarlo, creando in entrambi i casi una composizione complessivamente armonica e piacevole.

Durante la performance, inoltre, una proiezione in tempo reale mostra il movimento delle mani dell'artista e i tasti suonati automaticamente dall'altro piano.

### THE ART OF JOY

Nella seconda stazione, una visual artist crea un'opera d'arte - rappresentativa della sua interpretazione di JOY - collaborando con l'Intelligenza Artificiale. Utilizzando un controller wireless, l'illustratrice disegna direttamente sulla "tela" digitale, fornendosi di un launchpad per gestire grandezza, colore e texture del pennello. In un momento a scelta dell'artista, il disegno viene rielaborato dall'AI.

Il prompt scelto dà origine a una versione modificata dell'immagine di partenza, sulla quale l'artista può continuare a intervenire fino a



completare l'opera. Tutte le opere create durante l'activation vengono mostrate su uno schermo posizionato in prossimità della postazione.

### THE SCENT OF JOY

Nella terza stazione, l'ospite può guardare le quattro scene salienti dello spot di lancio della nuova iX2. Ciascuna scena è associata a una fragranza creata ad hoc per l'experience, che l'ospite può "provare" attraverso il senso dell'olfatto mentre guarda il video, vivendo un'esperienza davvero immersiva.

La prima fragranza, associata alla scena in cui Lil Miquela entra nel mondo reale, racconta la gioia della scoperta e rappresenta i profumi della natura: dall'odore pungente del prato a quello dolce dei fiori.

La seconda simboleggia la gioia della condivisione, caratterizzata dall'odore della salsedine e degli agrumi.

La terza è legata alla gioia della spensieratezza, raffigurata da una serata in discoteca.

La quarta fragranza è quella della consapevolezza di Lil Miquela che, affascinata dalla pioggia, sceglie di restare nella realtà.

Il quinto profumo, studiato ad hoc per l'evento, rappresenta la gioia pura.

### CAR REVEAL

Il percorso guida l'ospite verso l'ultima sala, rivestita di pellicole specchianti, dove è esposto il "cuore pulsante" di tutta l'experience: la Nuova BMW iX2.

Su un ledwall a fianco all'auto, un video racconta le principali feature di prodotto legate alle esperienze sensoriali mostrate in precedenza.



## La nuova BMW X2

La BMW X2 è l'auto che per prima ha introdotto il concetto di Sports Activity Coupé (SAC) nel segmento delle compatte premium. E ora la seconda generazione, ancora più unica, ancora più sportiva e ancora più innovativa, entra in scena. Le dimensioni notevolmente più grandi e la silhouette pronunciata da coupé evidenziano chiaramente nel suo design esterno il grande sviluppo della nuova BMW X2.

Il carattere innovativo del nuovo modello è evidente anche nella variante completamente elettrica BMW iX2, così come in un'ampia gamma di sistemi che consentono la guida e il parcheggio automatizzati e nei servizi digitali offerti dal nuovo BMW iDrive con QuickSelect e dal BMW Operating System 9.

Il lancio sul mercato italiano avverrà il 3 marzo 2024 con la BMW iX2 xDrive30 completamente elettrica (consumo elettrico combinato nel ciclo WLTP: 17,7 - 16,3 kWh/100 km; emissioni di CO<sub>2</sub>: 0 g/km; valori nel ciclo NEDC: - ), BMW X2 M35i xDrive performance model (consumo di carburante combinato: 8,0 - 7,7 l/100 km [35,3 - 36,7 mpg imp]; emissioni di CO<sub>2</sub> combinate: 181 - 174 g/km nel ciclo WLTP; valori nel ciclo NEDC: - ), un'altra opzione a benzina e un modello diesel. Nell'estate del 2024 si aggiungeranno alla gamma una seconda variante completamente elettrica e un altro esemplare con motore diesel.

La nuova BMW X2 e la nuova BMW iX2 saranno prodotte in modo flessibile su un'unica linea di assemblaggio presso lo stabilimento del BMW Group di Regensburg. Anche le batterie ad alto voltaggio per la variante completamente elettrica del modello vengono prodotte nello stabilimento di Regensburg.

Con la nuova BMW iX2, il BMW Group accelera ulteriormente la diffusione della mobilità elettrica. Inoltre, lo Sport Activity Vehicle compatto guarda al futuro grazie ad ulteriori progressi nella sostenibilità che comprendono l'intero ciclo di vita del veicolo - dalla produzione, che preserva le risorse, alla fase di utilizzo fino al successivo riciclo.



Per ulteriori informazioni:

**Marco Di Gregorio**

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: [marco.di-gregorio@bmw.it](mailto:marco.di-gregorio@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://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 2022 è stato di 23,5 miliardi di euro con ricavi per 142,6 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2022, il BMW Group contava un organico di 149.475 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 850 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](http://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/>