

BMW GROUP Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Comunicato stampa
6 maggio 2024

La House of BMW diventa un libro. Dal 17 maggio sarà in tutte le librerie "La casa delle emozioni" a cura di Roberto Olivi, con un saggio introduttivo di Paolo Iabichino e un testo originale scritto da Pierfrancesco Favino, edito da La nave di Teseo.

La pubblicazione di 128 pagine, inclusa una sezione fotografica, racconta la genesi e lo sviluppo del progetto della casa del brand ideata da BMW Italia per rafforzare la relazione con il mercato e divenuta uno straordinario successo tanto da ispirare progetti analoghi in altri mercati del BMW Group a partire da Giappone e Stati Uniti.

La House of BMW, nata come progetto di marketing relazionale ed esperienziale il 7 dicembre del 2021 a Milano, diventa una pubblicazione che sarà in tutte le librerie il prossimo 17 maggio. Il libro edito da La nave di Teseo è nato sotto la curatela di Roberto Olivi, Direttore della Comunicazione di BMW Italia e con un saggio introduttivo di Paolo Iabichino, scrittore pubblicitario, direttore creativo, fondatore dell'osservatorio Civic Brands con Ipsos Italia e maestro alla Scuola Holden. Uno straordinario cameo di Pierfrancesco Favino, grande attore italiano e brand ambassador di BMW Italia, racconta attraverso un testo originale e inedito la luna e il mondo della nuova BMW iX2 presentata in anteprima nazionale nella House of BMW di via Monte Napoleone 12 nel mese di febbraio di quest'anno.

L'introduzione è a cura di Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore delegato di BMW Italia. Carlo Botto Paola, direttore marketing BMW racconta in un dialogo con Roberto Olivi la genesi e lo sviluppo del progetto. Renzo Vitale, Creative Director Sound di BMW Group fornisce la sua interpretazione del luogo avendolo vissuto da interprete e protagonista.

A partire da una straordinaria storia di successo – il lancio dello spazio di innovazione e incontro House of BMW –, Roberto Olivi guida il lettore attraverso i nuovi approcci al marketing che caratterizzano una grande



azienda. Viviamo infatti in un'era esponenziale, in un mondo dove l'accelerazione tecnologica e la velocità delle trasformazioni non hanno paragoni con quanto avvenuto nei decenni precedenti.

L'uomo è abituato a progressi misurati sul metro, quello con il quale si controlla la crescita di un bambino. L'era esponenziale ci pone invece di fronte a cambiamenti repentinii, che propongono forme d'esperienza completamente inedite. Immersi in un ecosistema digitale che scandisce la nostra quotidianità, non possiamo tuttavia rinunciare ai momenti di relazione, come gli anni recenti hanno mostrato. In questo mondo accelerato e iperconnesso, il contatto umano e i momenti di condivisione sono tornati a essere centrali e determinanti.

"La casa delle emozioni" raccoglie testimonianze e visioni di addetti ai lavori ed esperti per raccontare la necessità di un nuovo umanesimo, che sappia unire il valore sociale alla tecnologia. Questa è la vera sfida che non possiamo più eludere: sul lavoro, nella vita privata, nelle nostre scelte di esseri umani.

Il libro di 128 pagine, include anche una sezione fotografica che illustra alcuni dei momenti più significativi vissuti alla House of BMW dal 2021 al 2024 e sarà in vendita al prezzo di copertina di 18 Euro.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi

Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione

Telefono: +39 02 51610294

E-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 comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.

Nel 2023, il BMW Group ha venduto oltre 2,55 milioni di automobili e più di 209.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2023 è stato di 17,1 miliardi di euro con un fatturato di 155,5 miliardi di

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Euro. Al 31 dicembre 2023, il BMW Group contava un organico di 154.950 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine 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 alla 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

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/>