



Comunicato stampa
7 giugno 2024

La nuova BMW Serie 1 si presenta con "The 1 Roadshow", un tour partito da Milano che toccherà luoghi iconici in tutta Italia, con la musica a fare da filo conduttore. Sedici tappe dal 5 giugno al 5 ottobre, momento del lancio sul mercato.

Prima tappa del roadshow alla House of BMW di Milano, dove gli appassionati milanesi del brand hanno avuto una preview esclusiva della quarta generazione della compatta premium di casa BMW.

Milano. Mercoledì 5 giugno la House of BMW di via Monte Napoleone 12 a Milano ha ospitato la prima tappa del tour "The 1 Roadshow", che da qui al 5 ottobre porterà la nuova BMW Serie 1 in città e centri balneari di tutta Italia. L'anteprima della nuova BMW Serie 1 segna l'inizio di un nuovo capitolo nella storia di successo ventennale del marchio nel segmento delle compatte premium.

Svelata come viene svelato un brano inedito, la Nuova BMW Serie 1 è protagonista di un tour con la musica a fare da filo conduttore. Dopo Milano, il Roadshow proseguirà verso Selva di Val Gardena, in occasione della *BMW Hero Bike*, per poi raggiungere la Puglia e partecipare a *Battiti Live* a Molfetta e Otranto. La nuova BMW Serie 1 attraverserà quindi lo Stivale toccando le mete estive più in voga, partendo dalla Versilia, passando per il Litorale Romano, la Campania, la zona Adriatica e le isole, e sarà ospite dei vari eventi musicali. Infine, il suo viaggio terminerà in autunno con un ritorno nelle principali città italiane, in vista del lancio ufficiale previsto per il 5 ottobre.

Ad accompagnarla nel suo debutto milanese, presso la House of BMW, c'era Saturnino, bassista e co-autore storico di Jovanotti che, insieme ai Bud Spencer Blues Explosion, ha reinterpretato la colonna sonora che aveva reso l'automobile "One like no one" nell'iconico cortometraggio di vent'anni fa e ha proposto una serie di classici del rock e del blues.

"Nel 2004 – ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, presidente e amministratore Delegato di BMW Italia durante la serata - debuttava sul mercato italiano e internazionale la BMW Serie 1 con caratteristiche di design, sportività, dinamismo e piacere di guidare che da subito la

posizionavano in modo distintivo e speciale. Per sottolineare tutte queste peculiarità avevamo ideato una campagna di lancio, pensata e prodotta in Italia, che si fondava su un claim poi diventato famosissimo. Le immagini di quel film erano accompagnate dalla musica reinterpretata stasera dal vivo".

"Oggi, a distanza di vent'anni – ha poi continuato Di Silvestre – ritroviamo gli stessi tratti distintivi nella nuova BMW Serie 1, nel frattempo giunta alla quarta generazione, vale a dire il design carismatico e sportivo con le tipiche proporzioni BMW sia nell'anteriore che nel posteriore; motori a combustione ad elevata efficienza; un telaio completamente ridisegnato per assicurare una dinamica di guida unica nel segmento; interni più tecnologici e digitali accompagnati da equipaggiamenti molto più ricchi e completi con grande attenzione al tema dell'utilizzo di materiali secondari e di fibre naturali per una maggiore sostenibilità nell'intera catena del valore".

In ogni tappa di "The 1 Roadshow", si potranno scoprire le innovazioni e le caratteristiche esclusive del nuovo modello della BMW Serie 1, con gli appassionati di auto che impareranno a conoscerlo come si fa con una canzone che quando entra in testa scandisce le giornate con una melodia irresistibile.

In occasione di ogni evento la vettura rimarrà per tre giorni nella stessa location e sarà accessibile a tutti coloro che vorranno ammirarla da vicino, scoprendo il design, la tecnologia e il legame con il mondo della musica. Per il debutto milanese di "The 1 Roadshow" la nuova Serie 1 non era sola, ma era accompagnata da un partner di eccezione: Hublot (del Gruppo LVMH), che condivide la stessa filosofia che ha ispirato il nuovo modello BMW e per l'occasione ha presentato la nuova gamma 38mm pensata per un pubblico giovane e dinamico, lo stesso della BMW Serie 1.

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 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 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/>