

BMW GROUP Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Comunicato stampa
13 settembre 2024

"The Soul of BMW": BMW lancia una campagna internazionale multicanale per la mobilità premium a zero emissioni locali.

+++ La campagna di sensibilizzazione globale interpreta i valori classici del marchio attraverso la lente della mobilità elettrica +++ Il video Hero - con la colonna sonora del singolo di successo "Beautiful Things" - e le numerose uscite multimediali illustrano il portafoglio sfaccettato della mobilità elettrica del marchio +++ Le attività di branding si concentrano su BMW i4, BMW i5, BMW i7, BMW iX1, BMW iX2, BMW iX3 e BMW iX +++

Monaco. Il produttore bavarese di auto premium BMW sta utilizzando un'elaborata campagna di branding per accendere i riflettori sulla sua ampia gamma di veicoli completamente elettrici, che ora comprende BMW i4, BMW i5, BMW i7, BMW iX1, BMW iX2, BMW iX3 e BMW iX. La campagna multicanale concentra la comunicazione sui valori che da sempre sono associati al marchio BMW: dinamica eccezionale, tecnologie innovative, design inconfondibile e comfort di guida superiore.

La campagna globale si basa principalmente sui formati video. Il fulcro del lancio è stato uno spot televisivo di 30 secondi, che è stato diffuso sui canali social del marchio - YouTube e Instagram, in particolare - e, con l'aiuto di media a pagamento, nei singoli mercati. Lo spot invita lo spettatore a scoprire l'"anima" e il carattere di BMW attraverso un viaggio dinamico nella storia del marchio: dalle vittorie nelle corse automobilistiche, passando per il linguaggio distintivo di design e l'esperienza del marchio, fino al suo consolidato talento per l'innovazione e alla trasformazione verso la mobilità elettrica. Il piacere di guidare è stato indissolubilmente legato a BMW sin dalla nascita dell'azienda e questo spot lo fa rivivere attraverso i modelli completamente elettrici del marchio.

L'uso del singolo di successo "Beautiful Things" del cantante statunitense Benson Boone aumenta ulteriormente l'emotività dello spot. Il brano ha

superato 1,3 miliardi di stream solo su Spotify ed è stato anche in tendenza su TikTok per diversi mesi.

Il video Hero, carico di emozioni, è accompagnato da una serie di altri contenuti. Ad esempio, sono stati prodotti cinque reel incentrati sulle competenze chiave del marchio: Prestazione, Tradizione, Innovazione, Motorsport e Comunità. Ulteriori reel che raccontano sui social media storie ispiratrici sui vari modelli completamente elettrici completano la campagna multicanale.

"Con questa campagna emozionale celebriamo l'anima unica del nostro marchio, che ci ha definito fin dal primo giorno e che abbiamo portato anche nei nostri veicoli BMW completamente elettrici", afferma Bernd Körber, Senior Vice President BMW Brand and Product Management. "Dopotutto, i nostri clienti rappresentano la vera essenza di BMW e sperimentano il puro piacere di guidare in tutti i nostri modelli".

Oltre ai contenuti video, una selezione di quasi 40 immagini fotografiche mostra i modelli completamente elettrici con effetti spettacolari in ambientazioni naturali - in diversi momenti della giornata e in varie località. L'illuminazione atmosferica, che arricchisce i motivi con colori caldi e contrasti leggermente esagerati, conferisce alle immagini un senso di accessibilità molto distintivo. Le caratteristiche esclusive dei singoli modelli, come la verniciatura bicolore della BMW i7, sono rappresentate in modo realistico. Oltre a numerose immagini individuali che sottolineano il puro piacere della guida elettrica, una manciata di scatti di gruppo della BMW i4, BMW i5, BMW i7, BMW iX1, BMW iX2, BMW iX3 e BMW iX nelle loro varie configurazioni evidenziano la ricca diversità dei veicoli offerti da BMW nei segmenti di riferimento.

<https://youtu.be/-8UPg6hyDBg>

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 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/>