



Comunicato stampa
13 febbraio 2025

BMW Italia in occasione del 75° Festival della Canzone Italiana di Sanremo ha realizzato e presentato due nuovi editing del filmato di lancio della Nuova BMW Serie 1 con la campagna di comunicazione "THE 1. SOUNDS LIKE NO ONE". Le due storie sono incentrate su Gianmarco Tamberi, campione di salto in alto e "BMW friend of the brand" in Italia dal 2017, che in occasione della sua partecipazione al Festival ha lanciato la sfida per l'Olimpiade di Los Angeles del 2028.

Le due nuove storie, di cui una in anteprima, sono state presentate presso la House of BMW creata all'interno del Warner Palace presso l'Hotel Miramare The Palace al Festival. La campagna è on air dall'11 febbraio e nelle giornate dal 13 al 16 febbraio verrà programmata la versione ideata e pensata come tributo alla decisione di Gianmarco Tamberi di partecipare alle Olimpiadi di Los Angeles del 2028.

Una nuova emozionante sfida e due nuovi racconti basati sull'unicità. BMW Italia e Gianmarco Tamberi di nuovo insieme per la campagna di comunicazione della nuova BMW Serie 1 trasmessa durante il 75° Festival della Canzone italiana. Il primo spot è stato trasmesso nelle serate dell'11 e 12 settembre.

La seconda versione è stata presentata ieri in esclusiva alla stampa italiana a seguito dell'annuncio, da parte del campione di salto in alto, della sua intenzione di partecipare alle Olimpiadi di Los Angeles del 2028. In entrambe la voce narrante è quella di Gianmarco Tamberi.

"È per noi un onore e un grande piacere - ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore delegato di BMW Italia - essere al fianco di Tamberi nel momento di una decisione così importante per la sua

carriera e farlo all'interno della nostra House of BMW di San Remo con un progetto di comunicazione molto forte e identitario che lega la nuova BMW Serie 1 al mondo della musica, ma soprattutto al volto e alla voce di un campione unico come Gianmarco che è friend of the brand di BMW Italia dal 2017".

"Per noi - ha proseguito Di Silvestre - BMW Serie 1 è sinonimo di unicità, di freschezza, di gusto della sfida e dinamismo, tutti elementi che concorrono a dare sostanza al cuore del brand BMW, cioè il concetto di Joy. Gianmarco Tamberi con la sua storia vincente, la sua passione, determinazione e voglia di portare l'asticella sempre più in alto è l'interprete perfetto di questi valori e gli facciamo il più grande in bocca al lupo per la nuova entusiasmante sfida che ha deciso di intraprendere".

"Non è da tutte le aziende - ha dichiarato Gianmarco Tamberi - credere in un atleta quando non è in hype ma viene da un momento difficile come BMW ha fatto con me nel 2017".

"La nostra partnership con BMW Italia è del tutto naturale" – ha dichiarato Pico Cibelli, Presidente di Warner Music Italia. "Abbiamo sviluppato un progetto che ha preso il via con le colonne sonore degli spot BMW 2024 ("Make Me Feel" di Janelle Monáe e "Beautiful Things" di Benson Boone) e che oggi si arricchisce a Sanremo con un'iniziativa di comunicazione capace di coniugare i valori e le eccellenze che da sempre uniscono musica e sport. House of BMW impreziosisce la nostra Casa della Musica: benvenuti!"

La nuova campagna di comunicazione sarà "on air" con formato da 30 secondi, oltre che al Festival di Sanremo, anche sulle principali emittenti TV nazionali lineari, TV connesse, social media oltre alla pianificazione digital, sia video che con banner display per due settimane. Immutato il claim che accompagna il lancio della nuova BMW Serie 1: THE 1. SOUNDS LIKE NO ONE.

Lo spot è disponibile al seguente [link](#)

I due script.

Tutto può essere misurato. La velocità. La potenza. Un record.
Ma hai mai provato a misurare quella scintilla che si accende dentro di te?
La passione? O un'emozione?
Esiste un numero anche per questo. Un numero diverso da tutti gli altri.

THE 1. SOUNDS LIKE NO ONE.

Non conta solo il traguardo, ma il coraggio di andare oltre e sfidare se stessi. E la voglia di alzare l'asticella. Ancora. E ancora. Perché, in fondo, non è il traguardo a definire chi sei. Ma la strada che scegli per raggiungerlo.

THE 1. SOUNDS LIKE NO ONE.

La nuova BMW Serie 1.

Il modello pioniere del piacere di guida nel segmento delle compatte premium entra nella sua quarta generazione. Grazie alla presenza di un design dinamico, a una gamma di motorizzazioni completamente rinnovata e a una tecnologia del telaio ampiamente migliorata, la nuova BMW Serie 1 ha affinato il suo profilo di veicolo più sportivo nell'ambiente competitivo.

I motori altamente efficienti con tecnologia mild hybrid a 48 volt e un processo di produzione progettato per conservare le risorse e riciclare i materiali ottimizzano la sostenibilità nell'intero ciclo di vita del prodotto.

Il suo carattere progressista si riflette anche negli interni ridisegnati, in una gamma ampliata di sistemi di guida e di parcheggio automatizzati, nel nuovo BMW iDrive con QuickSelect e negli innovativi servizi digitali basati sul BMW Operating System 9.

Il lancio della nuova BMW Serie 1 segna l'inizio di un nuovo capitolo nella storia di successo ventennale del marchio nel segmento delle compatte. Anche la nuova generazione di modelli sarà prodotta nello stabilimento del BMW Group di Lipsia. Il lancio sul mercato è previsto per il 5 ottobre 2024.

Per ulteriori informazioni:

Francesca Capurro

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 3486918003

E-mail: francesca.capurro@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 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 2024, il BMW Group ha venduto oltre 2,45 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 economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

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/>