



Comunicato stampa
25 giugno 2025

La nuova campagna BMW utilizza un polpo ballerino per illustrare l'unità di controllo centrale Heart of Joy

Con la sua nuova campagna e il video "Meet Okto the Octopus", BMW offre una rappresentazione originale del funzionamento della nuova unità di controllo centrale Heart of Joy. Il protagonista dello spot è un polpo che esegue una coreografia subacquea perfettamente sincronizzata, simboleggiando come l'Heart of Joy coordinerà in modo intelligente le principali funzioni di guida nei futuri modelli BMW, a partire dalla nuova gamma Neue Klasse.

Monaco. Una nuova unità di controllo centrale, chiamata Heart of Joy, porta la dinamica di guida BMW a un livello superiore, ottimizzando le prestazioni dalla partenza fino ai massimi limiti di guida. Farà il suo debutto nei modelli BMW della Neue Klasse. Il sistema Heart of Joy lavora in sinergia con il BMW Dynamic Performance Control per gestire centralmente il powertrain, i freni, la ricarica, il recupero di energia e lo sterzo. Rispetto ai sistemi precedenti, la nuova unità di controllo elabora le informazioni di guida circa dieci volte più velocemente e risponde in modo ancora più diretto al guidatore. L'Heart of Joy ha superato il suo primo test pubblico di performance al Salone Auto Shanghai, nell'ambito della BMW Vision Driving Experience.

Il video "Meet Okto the Octopus" traduce la potenza del nuovo "super cervello" in poesia cinematografica. La star del video è un polpo, un animale affascinante che utilizza un sistema nervoso decentralizzato per consentire il controllo indipendente delle singole parti del corpo. Proprio come un'auto moderna ha unità di controllo separate per frenata, accelerazione e sterzo. Nel nuovo video BMW, questo scenario viene ribaltato: al polpo viene dato un sistema nervoso centrale, e si muove in modo sincronizzato, preciso e controllato per eseguire un valzer subacqueo, evitando gli ostacoli.

Il concept e la realizzazione del video sono stati curati dall'agenzia Jung von Matt Hamburg. Il [video](#) sarà trasmesso online e nelle sale cinematografiche di tutto il mondo.



Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Product, Technology and Innovation 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 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 210.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2024 è stato di 11,0 miliardi di euro con un fatturato di 142,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2024, il BMW Group contava un organico di 159.104 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/>