



BMW Group hace el tour mundial de Coldplay más sustentable.

- **BMW y Coldplay presentan una solución de espectáculo móvil alimentado por baterías para el próximo “Music of The Spheres World Tour” de la banda.**
- **El tour mundial alcanza un nuevo récord en la colaboración de larga duración entre BMW y Coldplay.**
- **Más de 40 baterías de BMW i3 reciclables proporcionarán la energía necesaria durante los espectáculos en vivo.**
- **El uso de las primeras baterías de vehículos BMW fue adecuado para aplicaciones de segunda vida.**
- **Habrà una reducción significativa de la huella de carbono durante el tour mundial gracias a la tecnología de almacenamiento.**

Múnich. 21 octubre, 2021. La colaboración entre BMW y Coldplay será testigo de un nuevo hito. Después del exitoso hit “Higher Power” integrado en el video de la campaña del BMW i4 y del BMW iX, así como la actuación de la banda británica en el tour virtual de BMW “JOYTOPIA” en el IAA Mobility en Múnich, BMW ahora proporcionará la primera batería de espectáculo móvil, recargable, para el próximo “Music Of The Spheres World Tour” de la banda. En el verano de 2022, los cuatro músicos también tienen programado presentarse en Frankfurt y en Berlín.

Las baterías proporcionarán la energía eléctrica necesaria durante los espectáculos en vivo con más de 40 baterías reciclables de vehículos, haciendo la serie de conciertos más sustentable y uno de los tours más verdes en la historia de la música. La colaboración entre BMW y Coldplay establece nuevos marcos de referencia y se puede convertir en el modelo a seguir de toda la industria de espectáculos en vivo.

La tecnología de almacenamiento para el suministro de energía durante los espectáculos en vivo será proporcionada en parte por baterías de BMW i3 recicladas. La batería del espectáculo proporcionará la emisión baja necesaria, la potencia eléctrica, y reemplazará los habituales generadores de diesel y gasolina; lo cual a su vez dará como resultado una reducción significativa de la huella de carbono de todos los espectáculos en vivo de la banda. Ésta se recargará utilizando una gama de fuentes renovables incluyendo instalaciones solares, un suelo de estadio cinético, bicicletas eléctricas y generadores impulsados por Aceite Vegetal Hidrotratado. El suelo del estadio cinético y las bicicletas eléctricas aprovecharán la energía colectiva de los aficionados.

Estas baterías de vehículos son las primeras del mundo que son adecuadas para un uso de segunda vida. La tecnología es una parte esencial de la visión de sustentabilidad y economía circular de BMW Group.

“Nos enorgullece ser socios de BMW Group para crear la primera batería de espectáculo recargable del mundo – la cual nos permitirá alimentar nuestros conciertos con energía limpia, renovable, casi en su totalidad”, afirma Chris Martin de Coldplay.



“Una sensibilización común de sustentabilidad ha llevado durante años recientes a un proceso creativo e intensivo de creación conjunta entre BMW y Coldplay,” enfatiza Jens Thiemer, Vicepresidente Senior de Clientes y Marca de BMW. “La canción de la campaña, “Higher Power”, la cual marcó el lanzamiento de nuestros modelos totalmente eléctricos BMW iX y BMW i4, así como la actuación de Coldplay en el mundo virtual de BMW de “JOYTOPIA” durante el IAA Mobility, fueron los primeros grandes hitos de nuestra exitosa cooperación. Con el uso de baterías de segunda vida de vehículos BMW i3, ahora estamos ayudando a que el tour mundial de Coldplay sea aún más sustentable.”

Éxitos colaborativos: “Higher Power” y “JOYTOPIA”.

La larga colaboración entre BMW y Coldplay se remonta al año 2014. En ese entonces, la banda conformada por Chris Martin, Jonny Buckland, Will Champion y Guy Berryman se presentó frente a 1,500 aficionados entusiastas, enmarcando el final de su “Ghost Series Tour” en BMW Welt en Múnich. Estos contactos iniciales y la conciencia mutua de sustentabilidad finalmente dieron como resultado una colaboración entre BMW y Coldplay.

La campaña para los vehículos eléctricos BMW iX y BMW i4 en junio de 2021 fue el primer gran éxito de esta colaboración entre una marca y una banda. BMW y Coldplay desarrollaron de manera conjunta la campaña en un proceso único de creación conjunta. La canción de la campaña, “Higher Power” se convirtió en un éxito masivo, la frase de la canción “This joy is electric” es el mensaje perfecto de la marca para los dos nuevos modelos premium de BMW.

Tour mundial sustentable como el modelo a seguir para toda la industria de espectáculos en vivo.

En el IAA Mobility en Múnich en septiembre de 2021, el cual se llevó a cabo bajo el lema “RE:IMAGINA HOY” y en gran parte en el espíritu de la visión de sustentabilidad y economía circular de BMW Group, se alcanzó otro gran éxito de esta creación conjunta. El recientemente creado Metaverso “JOYTOPIA” de BMW presentó un espectáculo completamente virtual de Coldplay. El show de los músicos se pudo ver online durante 24 horas y fue visto por más de 150,000 personas en todo el mundo. Para el mundo digital, “JOYTOPIA” fue un salto cuántico en términos de marketing y comunicación corporativa.

Esta exitosa colaboración entre BMW y Coldplay ahora se ha extendido aún más, llevando a un nuevo clímax durante el tour mundial del próximo año. Como socio y proveedor de baterías de vehículos reciclables, BMW apoyará a la banda británica no sólo para lograr la meta de volverse más sustentables. La cooperación es un punto de inflexión y se puede convertir en un modelo a seguir para toda la industria en vivo.

<https://www.bmw.com/en/automotive-life/coldplay-sustainable-live-music-experience.html>

https://www.youtube.com/watch?v=loYO_aNqYOI



Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2020, BMW Group vendió más de 2.3 millones vehículos y más de 169,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2020 fue de aproximadamente 5 mil 222 millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 98 mil 990 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2020, BMW Group contaba con una mano de obra de 120,726 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

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/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Vladimir Mello

vladimir.mello@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Tellez

edgar.tellez@bmw.com.mx

Alberto Velasco

alberto.velasco@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño

gonzalo.rodino@bmw.com.ar

Tania Silva

tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Natalia Montoya

nmontoya@jeffreygroup.com

Mariana Carrascoza

mcarrascoza@jeffreygroup.com

Claudia González

cgonzalezq@jeffreygroup.com



María José García
Pamela Navarro
Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

mgarcia@jeffreygroup.com
pnavarro@jeffreygroup.com
bmwgrouplatam@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Pilar Torres
Georgina Vázquez
Eduardo Santiago
Rodrigo Mora
Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

ptorres@jeffreygroup.com
gvazquez@jeffreygroup.com
esantiago@jeffreygroup.com
rmora@jeffreygroup.com
bmwplantasp@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es
www.press.bmwgroup.com/argentina/