



Comunicat de presă
8 septembrie 2017

Festivalul George Enescu și povestea sunetelor care definesc BMW

Sunetul este un element important în experiența de condus, dar și în identitatea de marcă BMW. Parteneriatul cu Festivalul George Enescu este un prilej unic pentru a prezenta povestea sunetelor care definesc marca. BMW este alături de festival cu o flotă de modele BMW X5, BMW X6, Seria 5 și Seria 7. Dintre acestea se remarcă exclusivul BMW Seria 7 M760Li, cel mai puternic model al mărcii din istorie, o simfonie a performanței V12.

București. BMW este pentru a treia ediție consecutivă automobilul oficial al Festivalului George Enescu. Asocierea între cel mai prestigios festival dedicat muzicii clasice din România și o marcă de automobile dedicată pe deplin experienței „plăcerii de a conduce” stă sub semnul sunetului - un element important în identitatea BMW și în definirea experienței de condus.

Tonalitatea unică a motoarelor cu 6 și 12 cilindri și sunetul care le însoțește sunt o marcă a performanței și puternic asociate cu istoria BMW. Asocierea cu artiști renumiți de jazz sau proiecte culturale dedicate muzicii clasice a întărit imaginea de rafinament și exclusivitate a mărcii. Muzica este parte integrantă pentru BMW, companie care folosește în comunicarea sa pe canale radio și video un sound logo de mai bine de 20 de ani. Experiența de la interior este importantă și cu Bowers & Wilkins, BMW oferă unul din cele mai sofisticate sisteme din industrie. Și liniștea este importantă, iar deplasarea silențioasă al unui automobil electric a creat o nouă fațetă a plăcerii de a conduce. BMW i oferă însă și ceva în plus în lumea auto – mulțumită noilor soluții de producție, nu este doar un automobil care consumă puține resurse în procesul de fabricație, dar are și una din cele mai silențioase linii de asamblare din lume, cu o caroserie fără niciun punct de sudură.

Istoria cilindrilor, de la 6 cilindri în linie la V12.

Configurația cu șase cilindri în linie asigură un echilibru unic, fără vibrații, care generează și un timbru sonor special, ușor de recunoscut de către pasionați. Prin performanțe și sunetul unic, aceste propulsoare au devenit sinonime cu BMW.



Data 8 septembrie 2017
Titlu Festivalul George Enescu și povestea sunetelor care definesc BMW
Pagina 2

De-a lungul istoriei, motorul cu șase cilindri în linie a apărut constant în portofoliul brandului. De altfel, primul produs realizat vreodată sub această marcă a fost, în 1916, BMW IIIa, un propulsor cu șase cilindri în linie pentru avioane. 17 ani mai târziu, în 1933, primul automobil dezvoltat integral de marca germană, BMW 303, avea să fie echipat tot cu un motor de șase cilindri în linie. BMW 303 se remarcă și printr-un șasiu inovator ultrașor, din oțel tubular, dar mai ales prin grila dublă a radiatorului, element de design care va fi preluat ulterior la aproape toate modelele mărcii.

În timp, motorul cu șase cilindri în linie, cu sunetul său unic, se va regăsi în aproape toate modelele legendare ale mărcii: BMW 328, BMW 3.0 CSL (primul model realizat de M GmbH) sau primele modele M: supercarul BMW M1, M535i, M635 CSI, ca și primele versiuni ale BMW M5 și BMW M6, noile BMW M2, BMW M3 sau BMW M4.

Motorul cu șase cilindri în linie poate fi în general integrat numai cu o arhitectură de tracțiune spate, cu montarea longitudinală, acesta fiind un alt element care a marcat asocierea cu BMW.

Propulsoarele cu șase cilindri în linie de la BMW au palmares de excepție în cadrul Engine of The Year Award. În cele 17 ediții organizate, motoarele de 6 cilindri în linie au adunat trei premii International Engine of the Year, 2 titluri Best New Engine și, în total, 22 de distincții la categoriile de cilindree 2 – 2,5 litri, 2,5 – 3 litri și 3 – 3,5 litri.

O prezență specială în industria auto, o marcă a exclusivității, este propulsorul în configurația V12. BMW are și în acest caz o tradiție specială. În urmă cu exact 30 de ani, la Salonul Auto de la Geneva, debuta prima limuzină germană cu motor V12 construită după cel de-al Doilea Război Mondial. Era vorba de noul BMW 750Li, o versiune de 5,0 litri și 300 CP care marca astfel accesul indiscutabil al mărcii în segmentul de lux.

Cel mai nou model V12 al mărcii a debutat pe piață anul trecut și vine într-o cilindree de 6,7 litri și cu o putere maximă de 610 CP. Este o versiune a superlativelor tehnologice împachetate într-o adevărată limuzină de lux. Noul BMW M760 Li vine cu cel mai mare și cel mai puternic propulsor care a echipat un model de serie BMW în istorie. Chiar dacă vorbim de o limuzină de lux și cel mai lung model al mărcii construit vreodată, până la debutul BMW M5 în cursul anului viitor este cel mai rapid model BMW din istorie în ceea ce privește accelerația 0-100 km/h – numai 3,7



Data 8 septembrie 2017
Titlu Festivalul George Enescu și povestea sunetelor care definesc BMW
Pagina 3

secunde. Un astfel de model exclusiv, cu simfonia celor 12 cilindri, este și coroana flotei de automobile la Festivalul Internațional George Enescu într-un demers care vorbește de exclusivitate și rafinament.

Reclamă BMW cu inovații în jazz

La sfârșitul anilor '50, un nou instrument intra în portofoliul de comunicare al mărcii – reclamele pentru ecranele de televizor și cinematograful. La început în format alb-negru, imaginile erau însoțite, în cele mai multe cazuri și de sunet: o voce, de obicei masculină, prezenta trăsăturile distinctive ale produsului. Ca fundal muzical s-a optat pentru compoziții ritmice de jazz, care reflectau spiritul vremii și atrăgeau atenția asupra unei imagini sportive și sofisticate pe care BMW își dorea să o redobândească.

Începând însă din 1966, BMW a folosit constant pentru toate reclamele sale aceeași piesă de jazz – „Take Five”, compoziția lansată șapte ani mai devreme, cu care David Brubeck Quartet își câștigase faima internațională. Purtând semnătura lui Paul Desmond, melodia se remarcă printr-un tempo inovator, de 5/4, foarte energetic. Lansată în 1959, „Take Five” avea să fie prima piesă de jazz care ajungea în Top 100 US Billboard Charts.

Timp de zece ani, compoziția avea să reapară constant în reclamele BMW, iar jazz-ul avea să asigure ambianța la evenimentele mărcii. Ultimul clip publicitar care avea să utilizeze celebra melodie avea să fie cel pentru BMW 1502 și a rulat între 1975 și 1977 în Germania. BMW își construia astfel o legătură foarte puternică cu lumea jazz-ului.

La începutul anilor '90, departamentul de marketing îi oferă mărcii un alt sunet distinctiv care marchează finalul oricărei reclame TV sau radio. Folosit consecvent în toată comunicarea BMW, a deveni un adevărat logo acustic. În 2013, acesta a fost actualizat într-o nouă linie melodică. Acesta este acum construit folosind tehnica reverse, pentru a sublinia dinamismul și ideea de mișcare. Logoul este deschis de o notă în crescendo, rezonantă, continuat de două note de bas care dau dinamism și închis de un ton înalt, vibrant.

Thomas Kisser, sound designer HASTINGS media music: „Întrebarea pe care mi-am pus-o de la început a fost: ce sunet îmi inspiră brandul BMW? Ce temă sonoră



Data 8 septembrie 2017
Titlu Festivalul George Enescu și povestea sunetelor care definesc BMW
Pagina 4

reprezintă valorile pe care le asociez cu BMW, precum plăcerea de a conduce, eleganță sau putere? Și cum pot crea un logo acustic care să diferențieze clar BMW de alte mărci, mai ales alte mărci auto? Criterii importante în procesul de creație au fost compatibilitatea culturală globală, ușurința de utilizare pentru diverse aplicații, compatibilitatea cu marca și recognoscibilitatea”.

Resurse externe:

Reclama care folosește „Take Five” pentru BMW 1600:

www.youtube.com/watch?v=ClbvA_yNxEc

Muzica vine din interior

De-a lungul timpului, BMW a colaborat cu cei mai mari producători pentru sistemele audio, așa cum sunt Bose sau Harman Kardon sau Bang & Olufsen, sistemul care folosește incinte acustice din aluminiu, în stilul specific al mărcii daneze. Materialele de înaltă calitate și designul rafinat reflectă pe deplin noua atenție a mărcii pentru interiorul automobilului.

Odată cu BMW Seria 7 a fost introdusă o nouă soluție, oferită de Bowers & Wilkins. Compania vine cu o gamă largă de soluții și materiale, precum kevlar și tehnologie Rohacell pentru subwoofer, toate urmărind un sunet de o claritate fără precedent. Sistemul este singurul din lume instalat pe un automobil care folosește membrane de diamant pentru generarea sunetelor înalte, cu tehnologia patentată Bowers & Wilkins Diamond. Acum este disponibil pe modelele BMW Seria 7 și BMW Seria 5, cu un preț începând de la 4005 euro fără TVA (3208 euro cu pachetul First Class Upgrade). Sistemul folosește 16 incinte acustice pentru o putere maximă de 1400 Watt.

Liniștea BMW i

Modele electrificate BMW i oferă o altă experiență a plăcerii de a conduce. Liniștea deplasării electrice inspiră calm, creează o atmosferă unică, perfect compatibilă cu caracterul sustenabil al acestor automobile.

Preocuparea BMW Group pentru protecția mediului merge însă mult dincolo de folosirea unui sistem de propulsie electric, cu emisii locale zero. Ideea de dezvoltare durabilă trebuie urmărită în fiecare detaliu, de la producție și selectarea materialelor, până la reciclare.



Data 8 septembrie 2017
Titlu Festivalul George Enescu și povestea sunetelor care definesc BMW
Pagina 5

Cu o abordare complet nouă, eliberată de toate cutumele și soluțiile deja existente, BMW i a venit cu multe inovații și în ceea ce privește dezvoltarea durabilă în producție. Astfel, întreaga energie folosită în fabricare BMW i este din surse regenerabile și în acest sens s-a avut în vedere amplasarea fabricilor mărcii aproape de astfel de surse. Optimizările extinse au rezultat și într-un consum de resurse minim, astfel că în fabricarea BMW i se folosește cu 50% mai puțină energie și 75% mai puțină apă comparativ cu un automobil BMW convențional.

Procesul de fabricație BMW i3 se remarcă și prin altă caracteristică unică. Soluția constructivă a automobilului, cu caroserie cu structură din fibră de carbon (CFRP) și panouri din termoplastice, este una dintre cele mai silențioase din lume pentru că nu folosește prese de metal convenționale și, de asemenea, nici un punct de sudură. Astfel că deplasarea silențioasă a automobilului este reflectată și de liniștea în procesul de fabricație.

Muzica și proiecte culturale BMW

Muzica a fost însă o altă direcție de expresie a implicării culturale a mărcii. Încă din 1979, BMW Group a pus bazele unuia dintre primele parteneriate public-privat din Germania - "Spielmotor e.V.". Obiectivul era "să inițieze și să organizeze evenimente culturale la München". În 1988, Spielmotor a încorporat în programul său și Bienala pentru Teatru și Muzică Nouă de la München, după care a urmat festivalul de teatru dramatic SPIELART în 1995 și festivalul de dans contemporan DANCE în 1998.

Proiectul "Oper für alle" (Opera pentru toți), distins cu multe premii, a demarat în 1997 în strânsă cooperare cu Operare de Stat din Bavaria și a devenit în timp - conform primarului orașului München, Christian Ude - "o eliberare civilă a orașului München", cu peste 20.000 de vizitatori în fiecare an. În 2007, formatul a fost lansat și la Berlin, sub numele "Staatsoper für alle" (Opera de stat pentru toți), o colaborare comună cu Opera de Stat Unter den Linden. Din 2011 proiectul a fost extins și în Londra, sub numele BMW LSO Open Air Classics, împreună cu Orchestra Simfonică din Londra (LSO). Proiectul a deschis muzica clasică spre o audiență nouă. În 2017, 50% din audiență a avut vârsta sub 35 de ani, aproape un sfert nu a asistat niciodată live la muzică clasică, iar marea majoritate a publicului - 93% - a fost complet nou pentru LSO.



Data 8 septembrie 2017
Titlu Festivalul George Enescu și povestea sunetelor care definesc BMW
Pagina 6

În domeniul muzicii sunt susținute printr-o serie de parteneriate naționale. Angajamentul este completat de Premiul BMW Welt Jazz care a construit deja o tradiție de nouă ani.

În România, BMW este onorat de două colaborări de prestigiu – cu Festivalul Internațional George Enescu și Festivalul Internațional de Muzică de Cameră SoNoRo, cele mai importante evenimente dedicate muzicii clasice din țara noastră.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România

Alexandru Șeremet

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 31 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2016, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,367 milioane de automobile și 145.000 motociclete. Profitul brut a fost de aproximativ 9,67 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 94,16 miliarde de euro. La 31 decembrie 2016, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 124.729 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

Twitter: <http://twitter.com/bmwromania>

YouTube: <http://www.youtube.com/bmwgroupromania>

Site-uri de presă:



Data 8 septembrie 2017
Titlu Festivalul George Enescu și povestea sunetelor care definesc BMW
Pagina 7

www.presa.bmw.ro

www.presa.mini.ro

www.press.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup-sport.com