

Comunicat de presă

8 septembrie 2017

Mai multă plăcere de a conduce - lux inovator în stilul BMW

Un nou concept al mărcii pentru a însoți ofensiva de modele a constructorului auto premium în segmentul de lux – de la o nouă identitate vizuală la noi servicii pentru clienții din acest segment.

București/München. Ca parte a viitoarei ofensive de modele, BMW a dezvoltat o un nou concept pentru automobilele sale de lux, prin care profilul și poziționarea celor mai exclusivi membri din gamă se plasează într-o categorie distinctă de produse. Viitoarele modele BMW Seria 8 și BMW X7, precum și BMW i8 și viitorul BMW i8 Roadster se vor alătura BMW Seria 7 în portofoliul extins al segmentului de lux al mărcii. Identitatea și atitudinea împărtășite de modelele de vârf ale BMW se regăsesc în noul design al logo-ului, care combină o versiune alb-negru a rondelului, utilizată în premieră în urmă cu 100 de ani, cu numele companiei, "Bayerische Motoren Werke", scris în întregime. Noua prezență pentru modelele din segmentul de lux va fi prezentată în premieră la Salonul Internațional Auto de la Frankfurt, în perioada 14-24 septembrie 2017.

Având în vedere estetica sa clasică și discretă și numele original al companiei, logo-ul scoate în evidență istoria fără egal a BMW. Curajul de a explora soluții și concepte autonome și capacitatea de a face față provocărilor, din care să iasă mai puternică, sunt elemente înrădăcinate în istoria BMW. Această abordare - care cuprinde totul, de la primul motor aero pentru recorduri mondiale de altitudine până la lansarea mărcii BMW i, mereu în transformare, mereu în căutarea schimbării - s-a dovedit a fi o rețetă pentru succes, dar a demonstrat și pasiunea, încrederea și capacitatea companiei de a aduce viitorul în prezent. Și, de asemenea, este evidentă în stilul de viață al unui grup-țintă obișnuit să încerce lucruri noi, să preia conducerea și să aleagă o cale liberă și independentă în viață.

"Pentru acești oameni, viața are ca scop utilizarea cât mai bună a timpului pe care îl au la dispoziție", spune Hildegard Wortmann, vicepreședinte executiv al brandului

Comunicat de presă

Titlu Mai multă plăcere de a conduce - lux inovator în stilul BMW

Pagina 2

BMW. "Motto-ul lor este «să controleze clipa» - adică să maximizeze fiecare clipă prin lucruri semnificative și frumoase".

Gândirea liberă și spiritul de pionierat creează luxul avangardist

Luxul într-un automobil reprezintă fructul competenței de vârf în diverse domenii de dezvoltare. Luxul autentic, convingător și, mai presus de toate, modern se bazează pe spiritul de tradiție și de pionierat și își are originile în anii de experiență, cunoștințe aprofundate și talent pentru inovație. Modelele emblematice din portofoliul BMW reprezintă o nouă înțelegere a luxului - una care reunește o emoționalitate definită prin estetica inspirațională și bucuria de a conduce cu experiența libertății și a individualității autodeterminate.

Dezvoltarea continuă a conceptului de lux este strâns legată de numerele 7 și 8 din schema de modele BMW. Sedanul de lux BMW Seria 7 a reprezentat, de-a lungul ultimilor 40 de ani, un etalon al plăcerii exclusiviste a condusului, conform stilului inconfundabil al mărcii. În altă parte a gamei, utilizarea avangardistă, dinamică și inovatoare a formei, ca să nu mai vorbim de forța progresului tehnologic, continuă să modeleze fascinația pentru BMW Seria 8, al cărui predecesor legendar datează din 1989. Noul Seria 8 desăvârșește eleganța, dinamismul și luxul în esența tradițională a unui coupé BMW. Între timp, modelul plug-in hybrid BMW i8 a scris primul capitol din viitorul automobilului sport. În ansamblu, inovațiile bazate pe realizări de ultimă generație, cum ar fi utilizarea fibrei de carbon la automobilele de serie, controlul de la distanță al parcării sau farurile laser BMW, marchează caracterul progresiv al actualei game BMW de lux.

Experiențe care inspiră, amintiri de neuitat

BMW își concentrează atenția asupra dezvoltării continue a relațiilor cu clienții, asupra experienței și emoției și asupra ofertelor personalizate. Obiectivul mărcii este de a oferi zi de zi clienților o experiență specială a mobilității, datorită serviciilor unice și îmbunătățite. Programările viitoare în service vor fi efectuate ca parte a unui serviciu de preluare și returnare adaptat exact nevoilor individuale ale clientului. Iar serviciul Add-on Mobility, conceput special pentru clienții de automobile de lux, oferă un nivel

Comunicat de presă

Titlu Mai multă plăcere de a conduce - lux inovator în stilul BMW

Pagina 3

fără egal de flexibilitate și libertate. De exemplu, dacă un conducător BMW Seria 7 solicită o capacitate suplimentară de transport, el poate trece direct într-un BMW X7. În timp ce, pentru plăcerea unui condus sportiv în week-end, BMW Seria 8 îi va sta la dispoziție. Într-adevăr, valoarea adăugată emoțională este disponibilă în orice moment, nu numai prin substanța de produs a automobilului în sine, ci prin intermediul serviciilor concepute să deschidă experiențe bogate.

Portofoliul de modele și servicii BMW pentru segmentul de lux, aflat în extindere la nivel mondial, este completat de experiența globală inspirată de cerințele specifice ale grupului-țintă internațional și modern și se extinde mult dincolo de plăcerea de a conduce un automobil. Programul BMW i Pure Impulse Experience pentru proprietarii BMW i8 a deschis calea pentru ca clienții din întreaga lume să experimenteze evenimente culturale, de viață și de călătorie remarcabile - de la excursii turistice exclusiviste și cine de gală la restaurante cu stele Michelin până la vizitarea Premiilor Grammy de la Los Angeles, expoziția Art Basel Hong Kong și cursele de cai White Turf din St. Moritz.

Angajamentul companiei de a stabili o experiență de mobilitate foarte specială - și dorința, atât de specifică pentru BMW, de a compune momente unice de inspirație - face ca brandul să abordeze cea mai mare ofensivă de modele pentru segmentul de lux din istoria sa. "Construim un ecosistem de lux de servicii și experiențe unice, care cuprinde întreaga gamă de modele de lux și creează momente extraordinare și de neuitat", explică Wortmann.

Istoria vastă a BMW de a apela la emoții reflectă dragostea sa pentru momentele deosebite - și îndrăzneala sa de a crea acele experiențe pentru clienți și fani. De exemplu, colecția BMW Art Car, o serie de "lucrări de artă pe roți", inegalabilă în întreaga lume. Începând cu anul 1975, artiști renumiți din întreaga lume au transformat modelele de serie și mașinile de curse ale mărcii în exponate muzeale foarte admirate. Expresii remarcabile de autenticitate ale colecției BMW Art Car, multe dintre aceste opere de artă unice au avut premiera nu la o expoziție sau un astfel de eveniment, ci pe circuit.

Comunicat de presă

Titlu Mai multă plăcere de a conduce - lux inovator în stilul BMW

Pagina 4

Aceste amintiri memorabile și locațiile exclusiviste pentru experiență sunt, de asemenea, cele mai potrivite locuri pentru ca BMW să intre în contact cu potențialii clienți - și, prin urmare, oferă scena ideală de prezentare a noii categorii de produse. "BMW trebuie să fie prezent în acele locuri în care clienții segmentului de segment de lux își petrec timpul", adaugă Wortmann. "Aici nu suntem doar un producător de automobile, ci un partener care înțelege viața de lux și este un protagonist în această lume".

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.

**Comunicat de presă**

Titlu Mai multă plăcere de a conduce - lux inovator în stilul BMW

Pagina 5

www.bmwgroup.com; www.bmw.roFacebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>Twitter: <http://twitter.com/bmwromania>YouTube: <http://www.youtube.com/bmwgroupromania>

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.rowww.presa.mini.rowww.press.bmwgroup.comwww.press.bmwgroup-sport.com