

Comunicado de prensa
21 de febrero de 2011

BMW i – Born Electric

Campaña de lanzamiento de la nueva sub-marca de BMW

El sábado por la noche se lanzó la comunicación preliminar de la nueva sub-marca de BMW. Instalaciones de luz y proyecciones de vídeo iluminaron los edificios de BMW Group alrededor de la calle Petuelring, en el norte de Múnich. El edificio de los cuatro cilindros, el BMW Welt y el Museo BMW se inundaron con los colores de BMW i.

La propia sub-marca de BMW fue presentada en la conferencia de prensa celebrada hoy en el BMW Welt. La campaña impresa de BMW i tendrá inicialmente dos temas.

Desde el jueves, un póster gigante en la Munich Opera house y en otras plazas de la ciudad de Múnich presentarán el mundo de BMW i al público.

La asociación de la nueva marca con su marca matriz, BMW, es claramente reconocible gracias a determinados aspectos del diseño, tomados de la Identidad Corporativa de BMW. Sin embargo, en cuanto a temas y colores, BMW i se adentra en un nuevo territorio. Las comunicaciones estarán caracterizadas por imágenes naturales, vibrantes y de gran calidad estética, con un ambiente futurista. Inicialmente se centrarán en imágenes de estilo de vida. Gradualmente se irán complementando con más y más contenido relacionado con los productos.

La nueva página web, www.BMW-i.com, demuestra el enfoque visionario y sostenible de la nueva marca. Con películas sobre el mundo BMW i, bocetos de diseño y detalles de los revolucionarios fundamentos de ingeniería que hay detrás del BMW i3 y del BMW i8, esta página web ofrece una clara visión hacia la movilidad del futuro.

Se puede encontrar otra parte de BMW i en los servicios de movilidad. Además de su propia gama de servicios, BMW Group está trabajando para ofrecer servicios a través de asociaciones corporativas e inversiones estratégicas. Para apoyar los esfuerzos en esta área, ha fundado una compañía de capital riesgo llamada BMW i Ventures. Esta

ayudará a la nueva sub-marca a ampliar su gama de productos a largo plazo, a través de inversiones en proveedores de servicios altamente innovadores. La primera compañía de la que BMW i Ventures posee una participación es My City Way, cuyo portal de información móvil está disponible como app para teléfonos inteligentes.

La página web de BMW i también se hará eco de los debates públicos sobre los últimos desarrollos en urbanización, sostenibilidad y movilidad. Sus actividades se publicarán en las páginas web de las redes sociales, que incluyen su página en Facebook www.facebook.com/bmw.i, la página de la marca en Twitter www.twitter.com/BMWi (disponible a finales de esta semana) y su canal de YouTube www.youtube.com/bmwi

BMW Group

BMW Group es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas con mayor éxito del mundo con sus marcas BMW, MINI y Rolls-Royce. Como compañía global, opera internacionalmente con 24 instalaciones de producción en 13 países y tiene una red de ventas global en más de 140 países.

El volumen global de ventas de BMW Group en el ejercicio 2010 ascendieron a aproximadamente 1,46 millones de automóviles y más de 98.000 motocicletas.

BMW Group logró un volumen de ventas global de aproximadamente 1,29 millones de automóviles y más de 87.000 motocicletas en el ejercicio 2009. Los ingresos ascendieron a 50.680 millones de euros. El 31 de diciembre de 2009 la compañía contaba con una plantilla de aproximadamente 96.000 personas.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la actuación responsable. Por tanto, la compañía ha establecido como parte integrante de su estrategia la sostenibilidad ecológica y social a lo largo de la cadena de valor, una gran responsabilidad en los productos y un claro compromiso en la conservación de los recursos. Como resultado de sus esfuerzos, BMW Group ha sido nombrado líder del sector en los Índices de Sostenibilidad Dow Jones en los últimos seis años.