

Comunicato stampa  
19 aprile 2021

## **Il BMW Group Switzerland dà inizio a una nuova era della comunicazione digitale.**

Un inizio di successo con #VisionaryDreams: lo show in diretta streaming incanta il pubblico con un mix innovativo di presentazione di prodotti, intrattenimento, spettacoli dal vivo ed elementi interattivi.

**Dielsdorf.** Con il suo nuovo show in diretta streaming, #VisionaryDreams, il BMW Group Switzerland ha dato il via a un nuovo capitolo dedicato alla comunicazione digitale estesa a ogni tipologia di pubblico. Le presentazioni online trasmesse in diretta dal BMW Group Brand Experience Center di Dielsdorf hanno offerto a rappresentanti dei media, clienti e fan dei marchi BMW, MINI e BMW Motorrad tanti highlight legati ai modelli, senza dimenticare importanti approfondimenti sul dietro le quinte dello sviluppo dei veicoli. Le presentazioni dei modelli, incentrate sulla nuova ammiraglia tecnologica dell'azienda, BMW iX, sono state inserite all'interno di un variegato programma di divertenti filmati, discussioni con ospiti importanti e una performance dal vivo del cantante e cantautore svizzero Luca Hänni.

«La fantastica anteprima di #VisionaryDreams ci ha mostrato come affrontare le sfide dell'attuale situazione pandemica e sfruttare la moderna tecnologia digitale per sviluppare un formato di presentazione completamente nuovo. Tutte le persone coinvolte in questo evento hanno fatto un ottimo lavoro di informazione e intrattenimento con i nostri gruppi target», spiega Paul de Courtois, Presidente e CEO del BMW Group Switzerland.

Il programma di 90 minuti, presentato da Annina Campbell e trasmesso in tedesco, francese e italiano, ha avuto un grande successo di pubblico in Svizzera e non solo. Nei giorni che hanno preceduto l'evento, il sito web del BMW Group Brand Experience Center, allestito appositamente per #VisionaryDreams, ha registrato oltre 57 000 visite. All'inizio dello spettacolo trasmesso in streaming in prima serata si erano già registrate oltre 4 000 persone e in totale lo spettacolo in streaming è stato trasmesso in diretta su oltre 6 000 schermi. Anche le opportunità di interazione hanno animato la trasmissione. Per esempio, il pubblico poteva votare il vincitore della BMW Motorrad Customize Battle, fare previsioni sul risultato di una gara tra la velocista Mujinga Kambundji e la BMW i3 e scommettere sul

Azienda  
BMW (Svizzera) SA

Un'azienda  
del BMW Group

Indirizzo  
Industriestrasse 20  
Casella postale  
8157 Dielsdorf

Centralino  
+41 58 269-1111

Fax  
+41 58 269-1511

Internet  
bmw.ch  
mini.ch  
bmw-motorrad.ch

ID azienda  
CHE-105.974.654 RC  
CHE-116.284.140 IVA

Comunicato stampa

Data 19 aprile 2021

Tema **Il BMW Group Switzerland dà inizio a una nuova era della comunicazione digitale.**

Pagina 2

vincitore della MINI Challenge tra la MINI John Cooper Works GP e la MINI Cooper SE. Sono state oltre 1 400 le persone che hanno assistito in diretta a queste attività. «Nuovi e fantastici prodotti, interazione con il pubblico e grandi ospiti d'eccezione in uno spettacolo dal vivo in prima serata: è così che ci immaginiamo la comunicazione moderna nell'era digitale», spiega Stéphanie Borge, Direttrice Marketing BMW presso il BMW Group Switzerland. «Con #VisionaryDreams abbiamo creato un nuovo standard per formati di presentazione innovativi».

Oltre alla professionalità delle presentatrici, all'allegria degli ospiti, alle iniziative coinvolgenti e alle incredibili novità di prodotto, è stato anche l'immenso lavoro tecnico a contribuire al successo di #VisionaryDreams. Durante lo show sono state utilizzate cinque videocamere live e dodici linee per microfoni. 250 proiettori e tubi LED per una lunghezza totale di 150 metri hanno fatto risplendere i veicoli e gli ospiti presenti nel BMW Group Brand Experience Center riconvertito a studio televisivo. Per il trasferimento di dati ed energia sono stati usati ben sette chilometri di cavi. Prima di tutto questo, già per la sola programmazione del software di streaming per il sito web dinamico ci sono volute quattro settimane di lavoro. In questo modo è stato possibile elaborare dati in streaming per un totale di 30 terabyte.

La registrazione dello show, durante il quale sono state presentate BMW iX, la nuova versione di MINI 3 door, MINI 5door e MINI Cabrio, nonché la sportivissima BMW M 1000 RR, si trova sul sito web del [BMW Group Brand Experience Center](#). Qui vengono inoltre raccolti gli highlight dell'evento sottoforma di contributi video: la MINI Challenge sulla pista all'aperto di Oerlikon, interviste con Oliver Heilmer, responsabile MINI Design, Kai Langer, responsabile BMW i Design e con il Product Manager di BMW Motorrad Sepp Mächler, così come estratti da un viaggio attraverso la Svizzera in cui la presentatrice Mélanie Freymond ha incontrato il 14 volte vincitore del Rally Dakar, Stéphane Peterhansel, e il pilota svizzero di motociclette nonché ambasciatore BMW Tom Lüthi, per sperimentare con loro il piacere di guida su due e quattro ruote.

Comunicato stampa

Data 19 aprile 2021

Tema **Il BMW Group Switzerland dà inizio a una nuova era della comunicazione digitale.**

Pagina 3

**In caso di domande potete rivolgervi a:**

BMW Group Switzerland  
Sven Grützmacher, Director Corporate Communications  
E-mail: [sven.gruetzmacher@bmw.ch](mailto:sven.gruetzmacher@bmw.ch)  
Tel.: +41 58 269 10 91  
Sito web media: [press.bmwgroup.com](http://press.bmwgroup.com)

**Il BMW Group**

Con i suoi marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è un produttore premium, leader mondiale nella produzione di automobili e di moto e fornitore di servizi premium finanziari e di mobilità. La rete produttiva del BMW Group comprende 31 siti di produzione e di montaggio ubicati in 15 paesi. L'azienda dispone di una rete di vendita globale con rappresentanze in oltre 140 paesi.

Nel 2020 il BMW Group ha raggiunto un fatturato mondiale di oltre 2,3 milioni di automobili e di più di 169 000 moto. Il risultato al lordo delle imposte nell'esercizio 2020 è stato di 5,222 miliardi di euro, mentre il fatturato è stato pari a 98,990 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2020 l'azienda contava un organico di 120 726 collaboratori in tutto il mondo.

Da sempre il pensiero lungimirante e le azioni responsabili sono alla base del successo economico del BMW Group. L'azienda ha preparato in anticipo il terreno per il futuro e porta la sostenibilità e il risparmio di risorse con coerenza al centro del proprio orientamento, dalla catena di approvvigionamento alla produzione per arrivare al termine della fase di utilizzo di tutti i prodotti.

[bmwgroup.com](http://bmwgroup.com)

Facebook: [facebook.com/BMWGroup](https://www.facebook.com/BMWGroup)

Twitter: [twitter.com/BMWGroup](https://twitter.com/BMWGroup)

YouTube: [youtube.com/BMWGroupview](https://www.youtube.com/BMWGroupview)

Instagram: [instagram.com/bmwgroup](https://www.instagram.com/bmwgroup)

LinkedIn: [linkedin.com/company/bmw-group](https://www.linkedin.com/company/bmw-group)