BMW
GROUP
Corporate Communications

Comunicato stampa
9 ottobre 2026

Rose Villain protagonista della nuova campagna BMW Serie 1

On air dal giorno 11 ottobre gli spot tv e radio interpretati dalla Brand Voice di BMW Italia.

San Donato Milanese. BMW Italia conferma e rafforza il proprio percorso di collaborazione con **Rose Villain**, una delle artiste più influenti e riconoscibili della scena musicale contemporanea italiana, protagonista della nuova campagna di comunicazione dedicata alla **BMW Serie 1**, in onda a partire dall'11 ottobre sui principali canali televisivi e radiofonici nazionali.

La campagna rappresenta un nuovo capitolo della partnership avviata da BMW Italia con Rose Villain all'inizio del 2026, nata con l'obiettivo di costruire un dialogo autentico e credibile con le nuove generazioni attraverso linguaggi, passioni e riferimenti culturali contemporanei. Come annunciato nei mesi scorsi, la collaborazione si inserisce in un progetto più ampio volto ad avvicinare il brand a un pubblico giovane attraverso esperienze, contenuti e forme di narrazione innovative.

Nel filmato televisivo internazionale, adattato localmente dall'agenzia Serviceplan, Rose Villain accompagna il racconto della BMW Serie 1 prestando la propria voce al voice over dello spot. A rendere ancora più distintiva la comunicazione contribuisce la presenza di **"Victoria's Secret",** uno dei brani più iconici dell'artista, scelto come soundtrack della campagna.

Oltre alla pianificazione televisiva, BMW Italia lancerà anche una campagna radiofonica dedicata, interamente interpretata da Rose Villain. Un progetto realizzato specificamente per il mercato italiano che valorizza ulteriormente il ruolo dell'artista come voce del brand e rafforza la capacità della campagna di instaurare una connessione diretta con il pubblico. Il concept narrativo, ripreso in modo armonico dal testo del celebre brano interpretato dall'artista, ruota attorno all'idea di "raggiungere la luna": una metafora che si traduce nella chiave d'accesso al mondo BMW per un pubblico giovane, anche grazie alla comunicazione di condizioni commerciali accessibili.

"BMW Serie 1 è probabilmente il modello che meglio rappresenta l'espressione della personalità individuale all'interno della nostra gamma",

ha dichiarato **Carlo Botto Poala**, **Direttore Marketing di BMW Italia**. "Per questo abbiamo scelto di affidarne il racconto a una voce capace di incarnare autenticità, energia e capacità di innovare. Rose Villain interpreta in modo naturale questi valori e ci consente di dialogare con una generazione che ricerca esperienze, emozioni e contenuti rilevanti dal punto di vista culturale".

"La collaborazione con BMW nasce dalla condivisione di una visione comune", ha dichiarato **Rose Villain**. "Mi piace l'idea di poter contribuire a raccontare un marchio che continua a innovare senza perdere la propria identità, utilizzando la musica e la creatività come strumenti di connessione autentica con le persone".

Per accompagnare la campagna di comunicazione, BMW Italia e Rose Villain daranno vita a un progetto editoriale social che ne estende il racconto attraverso contenuti originali e autentici. Tra backstage esclusivi, momenti di urban lifestyle e driving experience in pista, la collaborazione valorizzerà BMW Serie 1 come espressione di stile, carattere e dinamismo. Un ecosistema di contenuti pensato per creare una connessione rilevante con le nuove generazioni, rafforzando il dialogo tra il brand e i target più giovani.

La scelta di coinvolgere Rose Villain nella campagna della BMW Serie 1 nasce dall'affinità tra il carattere del modello e la personalità artistica dell'artista. Individualità, energia, desiderio di distinguersi e ricerca di nuove forme di espressione rappresentano infatti valori condivisi che trovano una sintesi naturale nel progetto creativo.

Per ulteriori informazioni:

Francesca Capurro
Corporate Communication Manager
Telefono: +39 02.51610.011
E-mail: francesca.capurro@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari premium. Il BMW Group comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.

BMW
GROUP
Corporate Communications

Nel 2025, il BMW Group ha venduto oltre 2,46 milioni di automobili e più di 202.500 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2025 è stato di 10,2 miliardi di euro con un fatturato di 133,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2025, il BMW Group contava un organico di 154.540 dipendenti.

Il successo economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com
Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup
YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupView
Instagram: https://www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/bmw-group/
X: https://www.x.com/bmwgroup