



Comunicato stampa
4 maggio 2020

La rete dei Concessionari BMW e MINI riapre ai clienti, ai quali viene garantita una proroga fino al 31 luglio prossimo dei termini delle garanzie scadute durante il periodo di lockdown.

I Concessionari italiani del BMW Group riprendono le attività di vendita ed assistenza, adottando tutte le misure necessarie a garantire la sicurezza di clienti e collaboratori, offrendo come sempre un'esperienza di livello premium. Per tutte le BMW e MINI con garanzie o programmi di manutenzione con scadenza nei mesi di marzo, aprile e maggio il termine viene esteso al 31 luglio.

Le Concessionarie e i Centri Service del BMW Group riaprono da oggi le porte ai clienti, che trovano nelle sedi di vendita e assistenza dei brand BMW e MINI nuovi processi necessari a gestire la presenza fisica in conformità alle linee guida stabilite dalle normative a tutela della salute. Tuttavia le novità non si limitano alla gestione degli spazi e alla sanificazione, ma riguardano a più ampio raggio la gestione delle loro esigenze, a partire **dall'estensione fino al 31 luglio prossimo dei termini di garanzia per le vetture con scadenza nei mesi di marzo, aprile e maggio**. La proroga dei termini è prevista sia per la garanzia legale di 24 mesi che per la BEST4, l'esclusiva garanzia di BMW Italia sul gruppo powertrain. In maniera simile è prevista una proroga fino al 31 luglio per effettuare gli interventi compresi nei programmi di manutenzione Service Inclusive con scadenza nel periodo di lockdown (marzo, aprile e maggio) che non è stato possibile effettuare entro il periodo di validità del contratto.

“Abbiamo deciso di estendere la validità di garanzie e contratti di manutenzione come gesto concreto di tutela nei confronti dei nostri clienti – ha dichiarato Alessandro Salimbeni, Direttore Aftersales della filiale italiana del BMW Group – in modo che possano godere della piena copertura delle nostre garanzie e per permettere a tutti di effettuare i lavori di assistenza necessari senza costi aggiuntivi, evitando anche di sovraccaricare il lavoro dei nostri Centri Service in questi primi giorni di riapertura.”

Lo sforzo comune di BMW Italia e dei suoi partner sul territorio ha prodotto le linee guida necessarie a rendere le Concessionarie un luogo altrettanto sicuro e accogliente come di consueto per i clienti. Ai processi e agli strumenti già in essere prima della crisi sanitaria se ne affiancano di nuovi, che sfruttano al massimo le

BMW

Corporate Communications



possibilità offerte dalla digitalizzazione per far vivere ai clienti l'esperienza di brand e di prodotto – che riguardi un servizio di assistenza o di vendita – al di là degli spazi fisici dei Concessionari.

Lo spirito con cui l'intera organizzazione si avvicina alla riapertura è ben sintetizzato dal claim #InsiemePerRipartire, scelto fin dall'inizio per accompagnare la comunicazione dei brand del gruppo durante il difficile momento che stiamo affrontando, per sottolineare la volontà di essere vicini alle esigenze dei clienti e con uno spirito positivo verso il futuro e i cambiamenti da affrontare insieme.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager
Tel. +39 0251610088
Mail: marco.di-gregorio@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.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 e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 133.778 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 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>

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>