



BMW Group България с обзор на търговското представяне през 2017 г. в международен план и на българския пазар.

- **Стратегически приоритети на BMW Group през 2018 г. – електрическа мобилност и автономност**
- **Годината “X”**
- **Фокус в луксозния сегмент**
- **В България:**
 - Продължава обновяването и разширяването на търговската мрежа,
 - Фокус върху удовлетворението на клиента и разнообразието от предлагани услуги.
 - Амбициозни цели за първата пълна година на българския пазар за суб-бренда BMWi
 - В рамките на 2018 г. предстои да бъде въведен пълния набор от услуги и възможности на програмата BMW ConnectedDrive.

2017-а година е седмата поредна рекордна година на BMW Group. Търговският резултат постигнат от трите автомобилни марки BMW, MINI и Rolls-Royce, на германският премиум производител е 2 463 526 автомобилa или ръст в продажбите от 4,1%. Това, за пореден път отрежда на компанията, позицията на най-успешен производител на премиум автомобили и услуги за мобилност в света.

Годишните продажби на марката BMW за втора поредна година надхвърлят 2 млн. автомобилa и възлизат на 2 088 283, което представлява ръст от 4,2% спрямо 2016 г. Автомобилите MINI доставени на клиенти в цял свят са общо 371 881, което е с 3,2% повече в сравнение с предходната година. В годината, в която Rolls-Royce обновява своя флагман Rolls-Royce Phantom, марката отбелязва спад от 16,2% и търговска реализация от 3 362 автомобилa. Мотоциклетното подразделение BMW Motorrad отчита 164 153 продажби и ръст от 13,2%

Разработването и реализацията на електрифицирани превозни средства е стратегически приоритет за BMW Group. Целта поставена в началото на 2017 г. да бъдат доставени 100 000 електрифицирани е постигната. Така общия брой електрифицирани превозни средства на Концерна от създаването на суб-бренда BMWi надхвърля 200 000. Портфолиото от модели BMWi и BMWi Performance вече включва девет модела в различни сегменти от MINI Plug-in Hybrid, през BMW X5 40e до BMW Серия 7 40e.

През 2017 и 2018 г. BMW Group осъществява най-голямата моделна офанзива в своята история. В рамките, на която на пазарите в цял свят ще бъдат въведени 40 нови или обновени модели, както и 14 мотоциклета. Специален фокус в обогатяването на моделното портфолио имат продукти от висшия сегмент и SAV моделите на семейството BMW X.

Моделната офанзива на премиум автомобилния производител в луксозния сегмент е съпътствана с въвеждането на нова идентичност на

марката за луксозния сегмент и Bayerische Motoren Werke емблема, която подсказва за уникалната история на компанията. Сред моделите, които предстои да бъдат въведени на пазара или представени във високия сегмент са Rolls-Royce Phantom, i8 Roadster, Серия 8 Купе, BMW M8 и BMW X7.

Голяма част от успеха на BMW Group се дължи на моделите от семейството на BMW X. От лансирането на първия модел през 1999 до края на 2017 г. са продадени над 5,5 млн. SAV автомобила. Те заемат около 30% пазарен дял в световната реализация на BMW Group, популярността на SAV сегмента във всички основни региони продължава да расте. Компанията счита настоящия момент, като най-подходящ за разширяването на моделното портфолио. Затова и BMW Group определя 2018 г. за годината на „X“. Основна цел е разширяване на дела на X моделите в общите продажби на Групата, като затова в последните години са направени значителни инвестиции. Моделната офанзива стартира в края на 2017 г. с лансирането на BMW X3, на 3 март на пазара ще бъде въведено и първото BMW X2. Моделът направи и предпремиерен дебют в България, по време на пресконференцията за представянето на търговските резултати на BMW Group и BMW Group България. Съвсем скоро предстои представянето на второто поколение на BMW X4. В края на годината ще бъде лансирано и новото BMW X7.

В България през 2017 г. BMW Group за първи път от 2008 г. постига четирицифрен търговски резултат. На крайни клиенти са доставени 1127 автомобила BMW и MINI. Така компанията за пореден път затвърждава лидерската си позиция в премиум сегмента. За дванадесетте месеца на изминалата година компанията доставя 1014 автомобила с марката BMW и реализира ръст от 12 % спрямо предходната година. При MINI, на клиенти са доставени 113 автомобила, или с 20% повече, в сравнение с 2016 г. Изключителна успешна е търговската реализация на BMW Motorrad с 145 продадени мотоциклета и ръст от 125%. В този резултат са включени доставените на Министерството на вътрешните работи 60 мотоциклета за нуждите на Полицията. Ръстът постигнат без да се отчита тази еднократна специална доставка е 55%.

Анализът на продажбите затвърждава популярността на SAV автомобилите на българския пазар. Те имат около 50% пазарен дял в реализацията както на марката BMW – общо 503 автомобила, така и на MINI – 41 автомобила.

Най-продаваният BMW модел е BMW Серия 5 със 181 доставки (18%), следван от BMW X5 със 147 (14%) и BMW X6 100. Изключително успешно е представянето на марката във висшия сегмент: доставени са 83 автомобила от флагмана BMW Серия 7 (8%), като 11 от тях са върховете BMW 760 Li.

Интересна е и динамиката в моделните семейства BMW M и BMW M Performance, от които общо са реализирани 99 автомобила или ръст от 13%.

През април 2017 г. BMW Group България лансира на българския пазар и суб-бренда BMW i. За период от 8 месеца са доставени 12 автомобила от неговото портфолио. Заедно с BMW iPerformance автомобилите делът на

електрифицирани превозни средства в общите продажби на BMW е 2,37%.

Очакванията на компанията са през първата пълна година на българския пазар – 2018 г., броят на реализираните електрифицирани автомобили да нарасне съществено до общо 50.

По отношение на задвижването, BMW Group България отчита превес на продажбите на дизеловите агрегати, спрямо бензиновите в съотношение 83% към 15%. Близко 3% са електрифицираните автомобили. При избора на компановка, предпочитанията на клиентите са по-скоро във високия клас, като над 50 % избират шест- осем- или дванадесетцилиндрови агрегати (48% шестцилиндрови, още 3% - 8 цилиндри и 1% дванадесетцилиндрови). Делът на четирицилиндровите редови двигатели е 44%, а на трицилиндровите - 5%.

Що се отнася до избора на BMW клиентите за разпределението на основните елементи на силовия тракт, 84% от закупените автомобили от марката BMW са с интелигентната система за задвижване на четирите колела BMW xDrive. Системата се предлага в повече от 100 модификации в почти всички моделни серии.

Второто поколение MINI Countryman е основният модел, подпомогнал позитивния пазарен резултат на марката MINI. На него се дължат 49 % от продажбите на марката през 2017 г. MINI Hatch с 3 и 5 врати и MINI Clubman имат приблизително еднакъв дял, съответно 18%, 14%, 17%, а MINI Cabrio допълва оставащите 2% от общата реализация. Продължава да расте популярността на суб-бренда MINI John Cooper Works с 25 автомобиля и 40% ръст спрямо предходната година.

През 2017 г. реализацията на BMW Motorrad достига 145 мотоциклета. Топ 5 на най-продаваните модели са както следва: F 700 GS (50), R 1200 GS Adventure 14, R 1200 RT 13, R 1200 GS 11, G 310 R 9. Сред най-продаваните модели в класа са R 1200 GS с реализирани 38% от продажбите, R 1200 GS ADV с 21% и R 1200 RS с 11%.

Развитие на търговската мрежа:

И през 2017 фокус за българския пазар е развитието на търговската мрежа. През октомври 2017 г. холдингът М Кар отвори свой автосалон в София, който предлага пълния спектър от продукти и услуги за марките BMW, MINI и Motorrad. Така търговските партньори на BMW Group в страната са вече шест: Ауто Бавария, София; Бова Кар, Бургас; М Кар – Варна, М Кар – Пловдив, М Кар – Плевен, М Кар – София.

Продължават инвестициите за обновяване на автосалоните в съответствие с най-новите стандарти на BMW Group, процес стартирал през 2015 г. Наред с това се повишава се компетентността при предлагането на продукти и услуги. След Бова Кар (Бургас) и Ауто Бавария и М Кар в София са сертифицирани по високите стандарти на M GmbH.

BMWi се предлага от три от търговските партньори на BMW Group България – Ауто Бавария София; Бова Кар, Бургас и М Кар Пловдив и София. Престои всички оторизирани дилъри да станат част от мрежата на BMWi.

BMW ConnectedDrive:

Лимитиран брой функции и услуги от програмата BMW ConnectedDrive се предлагат на българския пазар от юли 2015 г. В рамките на 2018 г. предстои да бъде въведен пълния набор от услуги и възможности на програмата.

BMW Group България Корпоративни комуникации

Христина Пейчева, Мениджър Корпоративни комуникации

BMW Group България

T: +359 2 80 60 733, F: +359 2 80 60 710

Прес портал: <https://www.press.bmwgroup.com/bg.html>

E-mail: hristina.peycheva@bmwgroup.com

--

BMW Group

С четирите си марки BMW, MINI, Rolls-Royce и BMW Motorrad BMW Group е най-успешният премиум производител на автомобили и мотоциклети и доставчик на премиум услуги за мобилност и финансиране в света. Производствената мрежа на BMW Group включва 31 предприятия за производство и сглобяване в 14 държави; компанията има мрежа за продажби в над 140 държави.

През 2017 г. BMW Group е реализирала над 2 463 500 автомобила и над 164 000 мотоциклета в целия свят. Печалбата преди облагане с данъци за финансовата 2016 г. е приблизително 9.67 млрд. евро при приходи от 94.16 млрд. евро. Към 31 декември 2016 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 124 729 служители.

Успехът на BMW винаги се е градил на дългосрочно мислене и отговорни действия. По тази причина компанията е изградила екологична и социална устойчивост по цялата верига, пълна отговорност за продуктите и ясен ангажимент за опазване на околната среда като неделима част от стратегията си.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>