



BMW Group запазва позитивна тенденция в търговското представяне в международен план и на българския пазар.

По време на традиционна среща с медиите BMW Group България направи преглед на търговското представяне на BMW Group в международен план и на българския пазар. Въпреки сложната икономическа и политическа среда, през първите осем месеца на 2019 г. се запазва позитивен тренд в динамиката на продажбите на глобално ниво и на местния пазар.

Към август 2019 г. световните продажби на BMW Group достигат 1 617 512 автомобила, което представлява ръст от 1.3%. Доставките на марката BMW от началото на годината са 1 390 968 или с 1.9% повече спрямо същия период предходната година. Този положителен резултат, отразява важното значение на мащабната моделна офанзива и изключителния интерес към BMW X моделите в целия свят. Търговската реализация на MINI, преди въвеждането на първия изцяло електрически модел на марката на пазара, отбелязва малък спад от -2.6% и общо 223 238 доставени автомобили на клиенти в целия свят. Rolls-Royce бележи ръст от 42.6% с 3306 продажби, като основен принос за този забележителен търговски резултат има моделът Cullinan.

Разработването и реализацията на електрифицирани превозни средства е стратегически приоритет за BMW Group. За първите 8 месеца на годината са направени 80 526 доставки на електрифицирани автомобили.

И през 2019 г. в стратегически план BMW Group остава фокусирана върху изпълнението на своята стратегия NUMBER ONE> NEXT. Тя има за цел да позволи на компанията да оформя и в бъдеще премиум индивидуалната мобилност и автомобилната индустрия, като цяло. Стратегията се фокусира върху дългосрочния и устойчив успех на BMW Group, основан на иновативни технологии, всеобхватна свързаност и мобилност с нулеви емисии. В рамките на изпълнението на стратегията се предвижда значително ускоряване на темпото на разширяването на електромобилността: 25-те електрифицирани модела, предварително обявени за 2025 г., вече ще бъдат въведени на пазара две години по-рано, през 2023 г. Повече от половината от тези 25 модела ще бъдат напълно електрически. Основата за това е осигурена от гъвкави архитектури на превозни средства за изцяло електрическо задвижване, plug-in хибриди и модели с двигатели с вътрешно горене, както и високогъвкава производствена система. В резултат на това компанията е в състояние бързо да отговори на търсенето на различни пазари. Добавя се и нова стратегическа цел – броят на електрифицираните автомобили на BMW Group доставени в цял свят до 2021 г. да достигне 1 млн.

В България за осемте месеца на 2019 г. на крайни клиенти са доставени 743 автомобила BMW и 189 MINI. Това представлява съответно +9 % и +136% спрямо същия период предходната година. Търговската реализация на BMW Motorrad възлиза на 79 доставени мотоциклета или +4%.

За търговския успех на BMW Group България значение имат всички моделни серии, като особено популярни на пазара са моделите от семейството BMW

X, които заемат първите три позиции по отношение на продажбите. Най-продаван модел е BMW X 5 (166), следван от BMW X1 (78) и BMW X3 (66).

От началото на годината са продадени и 45 електрифицирани автомобили, като 82% са изцяло електрически BMW i3. BMW Group България отчита изключителната роля на plug-in хибридните автомобили за създаване на нова култура на мобилност и популяризиране на електрификацията в етап на липсваща или недостатъчно развита инфраструктура, слабо познаване и колебания на потребителите и нуждата от по-висока автономност на движение. Съчетавайки възможност за движение изцяло на електричество в града и неограничена автономност на дълги разстояния този тип автомобили са изключително подходящи, в период на преход към електрическа мобилност си поставя за цел разширяването на делът на хибридите. Затова и BMW Group България полага допълнителни усилия за популяризирането им. С въвеждането на пазара на BMW 530e вече със система за задвижване на четирите колела xDrive, новото BMW 745 Le xDrive вече с шест цилиндров двигател и увеличен електрически пробег и второто поколение BMW X5 xDrive45e, оборудвано с адаптиран специфично за модела редови шестцилиндров бензинов двигател и до 60 км електрически пробег търговската мрежа на BMW има възможност още по-точно да отговори на специфичните изисквания на българския пазар.

Традиционно и в духа и на световните тенденции остава изключително висока популярността на BMW X моделите. От началото на годината те имат над 50% пазарен дял в реализацията както на марката BMW – общо 452 автомобила. Разпределението по модели е сравнително балансирано, като във всеки сегмент по-функционалното Sports Activity Vehicle (SAV) предложение, леко изпреварва версията Sports Activity Coupe (SAC). (BMW X1 – 78/ BMW X2 – 39; BMW X3 - 66/ BMW X4 - 41 ; BMW X5 - 166/ BMW X6 - 32). Първото BMW X7 се радва на изключителен прием сред клиентите в този сегмент и въпреки, че се предлага само от средата на месец май продажбите му са вече 28.

Интересна е и динамиката в моделите на M GmbH които особено интензивно отразяват философията „радост от шофирането“. Те продължават позитивния тренд на пазарна реализация от последните години и постигат обща реализация от 126 автомобила или ръст от 70% спрямо първите осем месеца на предходната година.

Анализът на вариантите на задвижването показва, че в България се запазва водещата позиция на дизеловите двигатели, макар и да е на значително по-ниско ниво от предходни години – 63%, расте делът на бензиновите двигатели – 31%, 5% е делът на електрическите автомобили и 1% на Plug-in хибридите.

При избора на компановка, делът на четирицилиндровите редови двигатели е 35%, а на трицилиндровите - 2%. Във високия клас 50% от клиентите избират шестцилиндрови бензинови или дизелови двигатели, 7% осемцилиндрови и 1% дванадесетцилиндрови.

Що се отнася до избора на BMW клиентите за разпределението на основните елементи на силовия тракт, 85% от закупените автомобили от марката BMW са с интелигентната система за задвижване на четирите колела BMW xDrive. Системата се предлага в повече от 120 модификации в почти всички моделни серии.

При MINI основен фактор на растежа е равнието на корпоративните продажби, затова и не е изненада, че MINI Hatch 5 врати постига най-голям дял в продажбите – 133 досатвени автомобила, следва MINI Countryman с 31 доставки. На трето място се нарежда MINI Hatch 3 врати с 11 продажби, а MINI Clubman и MINI Cabrio допълват съответно 8 и 1 автомобила до общия брой от 184.

За първите осем месеца на 2019 г. реализацията на BMW Motorrad достига 79 мотоциклета. Най-предпочитаните модели са както следва: G 310 R, R 1250 GS ADVENTURE, C 400 GT, R 1250 GS, G 310 GS, C 400 X. През периода започнаха и доставките на дългоочваното ново поколение на S 1000 RR.

И през 2019 г. BMW Group България заедно с мрежата от търговски партньори в цялата страна продължават да полагат целенасочени усилия за въвеждане на най-добри практики не само от автомобилната индустрия, но и търговските отношения като цяло, за повишаване на клиентската удовлетвореност. Те са свързани с въвеждане на нови процеси и гъвкави решения за мобилност, както и използване на възможностите на дигитализацията за допълнителни контакти с настоящи и потенциални клиенти и успешна адаптация към променящите се клиентски изисквания.

BMW Group България Корпоративни комуникации

Христина Пейчева, Мениджър Корпоративни комуникации BMW Group България

T: +359 2 80 60733, 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 30 предприятия за производство и сглобяване в 14 държави; компанията има мрежа за продажби в над 140 държави.

През 2018 г. BMW Group е реализирала над 2 490 000 автомобила и над 165 000 мотоциклета в целия свят. Печалбата преди облагане с данъци за финансовата 2018 г. е приблизително 9.815 млрд. евро при приходи от 97.480 млрд. евро. Към 31 декември 2018 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 134 682 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>

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

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