



Milano, 14 Novembre 2006

Intervento del Dr. Marco Saltalamacchia. Presidente ed Amministratore Delegato di BMW Group Italia Conferenza Stampa EICMA – 14 novembre 2006

Signore e Signori,

buongiorno e benvenuti alla conferenza stampa di BMW Motorrad.

Un particolare benvenuto al Dr Diess, Presidente BMW Motorrad, che anche quest'anno è qui con noi a testimoniare l'importanza strategica crescente del mercato italiano.

BMW Motorrad è cresciuta e sta crescendo grazie ad una strategia offensiva che si declina in:

- ampliamento della gamma di prodotti;
- maggiore dinamicità: dei prodotti e dell'immagine del Brand;

Negli ultimi 10 anni BMW Motorrad Italia è passata dai 3.950 pezzi del 1996 ai 12.878 pezzi del 2005, registrando una crescita del 229 %. Nel 2006 le vendite di BMW Motorrad nel mercato italiano hanno superato quelle del mercato statunitense diventando, dopo il mercato domestico della Germania, il 1° mercato d'esportazione.

Ad ottobre sono state immatricolate 863 unità, con una crescita del 56% rispetto allo stesso mese del 2005. Questo anche grazie alla ottima performance della nuova Roadster: la BMW R 1200 R, lanciata il 16 settembre, che nel mese di ottobre ha raggiunto le 188 immatricolazioni posizionandosi immediatamente al secondo posto nella Top Ten dietro la R 1200 GS.

Considerando l'immatricolato complessivo dei primi 10 mesi del 2006 abbiamo raggiunto 13.009 unità, superando l'immatricolato dell'intero 2005 (*nel 2005 abbiamo immatricolato 12.878 unità*). Viaggiamo dunque verso un nuovo record.

La crescita ha accelerato negli ultimi anni grazie alla strategia di allargamento della gamma e del suo orientamento verso una maggiore dinamicità. In pochi anni, dal 2004, siamo passati da 9 modelli agli attuali 15 modelli. Nel 2007, con l'arrivo di 5 nuovi modelli - le 3 nuove monocilindriche G 650 X, la K 1200 R Sport e la HP2 Megamoto - raggiungeremo i 20 modelli in gamma.

Ma la crescita numerica deve andare di pari passo con l'adeguamento della rete sia in termini di strutture che di personale, infatti la formazione della forza vendita e dei tecnici è uno dei nostri punti di forza.

A marzo 2006 abbiamo inaugurato, per primi in Italia, il BMW Group Training Center, una struttura di 3.000 mq, con 16 aule tecniche dove a pieno regime passeranno ca. 6.000 corsisti/anno.

Ad oggi sono state erogate per il settore moto 750 giornate di formazione per i tecnici, oltre a 450 giornate di formazione commerciale per la forza vendita.

Veniamo dunque ai numeri di vendita dei primi 10 mesi del 2006. Come già detto abbiamo superato nei primi 10 mesi l'immatricolato di tutto il 2005 con 13.009 unità.

La R 1200 GS con 4.299 unità -se sommiamo le unità della "sorella" GS Adventure: 1.008, la famiglia GS raggiunge le 5.307 unità - conferma la posizione di "best seller" nel mercato oltre 750 cc, oltre ad essere la moto BMW più venduta.

Società
BMW Italia S.p.A.

Società del
BMW Group

Sede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)

Telefono
02-51610111

Telefax
02-51610222

Internet
www.bmw.it
www.mini.it

Capitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.
MI 1403223

N. Reg. Impr.
MI 187982/1998

Codice fiscale
01934110154

Partita IVA
IT 12532500159

La RT, una bandiera nel segmento Tourer, è al secondo posto con 1.258 unità.

La vera sorpresa è il 3° posto della K 1200 R. La K 1200 R a pieno titolo può essere considerata l'emblema dell'evoluzione e dell'offensiva di BMW Motorrad. Segna infatti l'ingresso della BMW Motorrad nel segmento delle aggressive Hyper Naked. BMW è entrata in questo nuovo segmento con un prodotto dalla spiccata personalità, dalle linee aggressive ma allo stesso tempo con un forte family feeling ad il blasone del marchio BMW.

La posizione di Leader all'interno dei segmenti di mercato Enduro e Tourer ha portato BMW Motorrad a cogliere una nuova sfida: la nuova gamma di prodotti - infatti - consente l'ingresso in nuovi segmenti oltre ad allargare la soglia di accesso al mondo BMW per nuovo pubblico di potenziali clienti, nel 2007 avremo 6 modelli la cui soglia di accesso è inferiore ai 10.000€.

Nel 2004 con la K 1200 S entra nel segmento delle Sport Tourer, nel 2005 è stata la volta della K 1200 R con la quale è entrata nel segmento delle Naked di alta cilindrata, e sempre nel 2005 con la HP2 BMW Motorrad rafforza la sua posizione di leader e di trend setter nel segmento Enduro con una moto dal forte carattere e personalità.

Nel 2006 abbiamo presentato la nuova serie F 800 - due modelli disponibili la semicarenata F 800 S e la carenata F 800 ST - entrando nel segmento delle medie cilindrata, un segmento da 60.000 unità l'anno, con un progetto nuovo e dal design accattivante e dalle doti dinamiche eccellenti ed un interessante motore bicilindrico parallelo anch'esso completamente nuovo.

Il Dr. Diess ci illustrerà i 5 nuovi modelli in arrivo nel 2007

La sicurezza è sicuramente uno dei valori fondamentali per BMW, questo vuol dire ricerca continua finalizzata alla sicurezza attiva e passiva. È chiaro che il travaso di competenze e di tecnologia dalla Formula 1 come dal settore auto nel mondo delle 2 ruote è un grande vantaggio. BMW Motorrad si impegna attivamente nella diffusione della cultura della sicurezza del motociclista sia che si parli di sicurezza attraverso sistemi elettronici in cui per prima ha creduto e crede: ABS - BMW è stata la 1° casa motociclistica ad avere introdotto l'ABS in produzione nel 1988 - oggi è disponibile come optional o di serie su tutta la gamma - o l'ASC - sistema di controllo dello slittamento - che sarà disponibile da inizio dell'anno prossimo.

La ricerca sconfinava anche nell'abbigliamento per motociclisti, BMW Motorrad si è auto imposta dei requisiti minimi di sicurezza - ben al di sopra degli standard richiesti dalla comunità europea - perché un capo o un accessorio come guanti, caschi o stivali possano essere messi in commercio.

È chiaro che la tecnologia può aiutare a raggiungere un più elevato standard di sicurezza. Ma questa tecnologia deve essere accompagnata dalla capacità del motociclista di saper gestire la sua moto e le proprie reazioni in situazioni di pericolo. Nasce quindi due anni fa la scuola di guida sicura BMW Motorrad Riding Academy, un progetto di grande successo infatti in due anni sono stati erogati 1.000 corsi a clienti BMW ma anche a clienti di altri marchi.

La Riding Academy ha come obiettivo quello di migliorare la propria capacità di guida conoscendo al meglio gli ausili elettronici come ABS e l'ASC facendo crescere nel pilota la capacità di gestire nel migliore dei modi situazioni di pericolo legate all'utilizzo quotidiano della moto.