

BMW Group

Corporate Communications

Ian Robertson

**Membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, per le vendite
e il marketing**

Dr. Klaus Draeger

Membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, per lo sviluppo

**Conferenza stampa BMW Group
North American International Auto Show
Detroit, 11 gennaio 2010**

– Fa fede la parola parlata –

Rolls-Royce
Motor Cars Limited



Ian Robertson, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG per le vendite e per il marketing

Buon giorno, signore e signori,

Ecco l'ultimo arrivo nella nostra gamma di roadster: la BMW Z4 sDrive35is.

Questo roadster è certamente uno dei modelli più sportivi del marchio BMW e vanta il primo posto nel suo segmento. La Z4 è già abbastanza affascinante di per sé. Ma questo modello è stato progettato per aumentare ulteriormente la potenza del suo propulsore – fino a 250 kW/335 CV, per l'esattezza. Parlo per esperienza personale quando dico che questi valori assicurano prestazioni superiori, qualcosa che avvertirete in tutte le condizioni di marcia. Sarà disponibile per i clienti americani a partire dalla primavera di quest'anno.

Sono rimasto colpito anche dai consumi relativamente bassi di questa Z4: 9,2 km/litro ed emissioni di CO₂ di 210 g/km nel ciclo EU. Sono valori eccellenti e dimostrano come questa vettura sia rimasta negli stessi parametri della Z4 "normale", nonostante le sue migliorate dinamiche di guida. Ancora una volta EfficientDynamics si rivela il modo ideale di unire il massimo piacere di guidare con un senso di responsabilità in tema di consumi ed emissioni.

Signore e signori,

E' diventata per noi una tradizione qui a Detroit di offrirvi un panorama sui nostri dati di vendita dell'anno precedente. Intendiamo continuare questa nostra tradizione.

L'anno scorso il BMW Group ha venduto 1.286.310 automobili dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce in tutto il mondo, il 10,4 per cento in meno rispetto al 2008.

Dando uno sguardo ai singoli marchi, vediamo che BMW ha consegnato 1.068.770 veicoli; MINI ha tenuto in un anno difficile con vendite a 216.491 unità, così come Rolls-Royce, che ha consegnato poco più di mille automobili nel 2009.

Vista la crisi economica globale, siamo piuttosto soddisfatti di questi numeri. Abbiamo dovuto assorbire cali di volumi abbastanza sostenuti nella prima metà del 2009, come hanno dovuto fare tutti gli altri costruttori. Tuttavia, nella seconda metà dell'anno siamo riusciti ad invertire quella tendenza. Fin dal mese di settembre del 2009, le vendite globali di automobili del BMW Group sono tornate a salire al di sopra dei livelli del 2008 – e continuano a salire.

Il mese di dicembre ha visto una crescita incoraggiante di poco più del dieci per cento per il BMW Group, con la vendita di 123.751 veicoli. Complessivamente, abbiamo registrato un calo nelle vendite nel 2009 più moderato di quanto avevamo inizialmente previsto.

Tutto sommato, la performance del BMW Group è stata migliore di quella del segmento plus nel suo insieme. Per di più, abbiamo mantenuto la nostra posizione come fornitore leader mondiale di veicoli premium.

Qui negli Stati Uniti, l'anno scorso abbiamo venduto un totale di 241.727 auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, pari ad una diminuzione di circa il 20 per cento rispetto al 2008, il che rappresenta un risultato migliore rispetto al segmento nel suo insieme. Il mese di dicembre ci ha dato motivi per essere ottimisti anche in questo Paese: infatti, il mese scorso le nostre vendite sono aumentate del 9,2 per cento rispetto al dicembre dell'anno precedente.

Per quanto riguarda il futuro, a livello globale, siamo cautamente ottimisti ora che entriamo nel vivo del 2010. Prevediamo di sentire ancora gli effetti della crisi finanziaria, ma siamo fiduciosi di poter tornare sulla strada della crescita quest'anno. Miriamo ad una crescita tra l'1 ed il 9 per cento per il 2010.

Guardando agli Stati Uniti, è difficile fare previsioni riguardo a questo mercato per l'anno appena iniziato. Ci aspettiamo di vedere un po' di movimento positivo da metà anno in poi; e per l'intero anno prevediamo di poter contare su vendite maggiori rispetto al 2009.

Cosa ci rende così fiduciosi – sia qui negli Stati Uniti sia nel resto del mondo?

In primo luogo, il fatto che un'azienda che costruisce auto come queste – auto davvero eccezionali – deve per forza essere il contendente più forte in un mercato molto competitivo.

Inoltre, vi sono molte novità per i nostri clienti in tutto il mondo:

- La BMW Serie 5 Gran Turismo è entrata recentemente sul mercato. Oggi, stiamo introducendo la 535i, un ulteriore modello della stessa gamma.
- Un mese fa, abbiamo lanciato la nuova BMW ActiveHybrid X6.
- La BMW ActiveHybrid 7 sarà disponibile presso i concessionari statunitensi verso la fine del secondo trimestre.
- Abbiamo anche una versione a trazione integrale della BMW Serie 7.
- Siamo lieti di riportare in Nordamerica quest'anno la Serie 7 con un motore sei cilindri in linea. E' qui per voi oggi.
- Ultimo, ma non per questo meno importante, abbiamo grandi aspettative per la nuova BMW Serie 5 berlina, che è stata accolta molto favorevolmente dai media.

Per la fine del 2010, avremo rinnovato circa il 60 per cento dei nostri prodotti. Ciò aggiornerà la nostra gamma, rendendola ancora più attraente.

In secondo luogo, siamo fiduciosi nella forza della nostra rete mondiale, compreso questo mercato. Abbiamo investito un miliardo di dollari US nella crescita e nell'espansione delle nostre attività in questo Paese. Vi abbiamo annunciato nell'autunno scorso che investiremo ulteriori 1,5 miliardi di dollari US nei nostri stabilimenti in Germania per la fine

del 2010 e circa 840 milioni di dollari US in Cina per l'ampliamento dei nostri stabilimenti di produzione di Shenyang.

Gli Stati Uniti restano uno dei nostri più importanti mercati: essi contano per oltre il 20 per cento delle vendite dell'azienda. Il BMW Group impiega – direttamente ed indirettamente – circa 50 mila lavoratori in tutto il paese. Con il 70 per cento del nostro prodotto statunitense destinato all'estero, siamo i più grandi esportatori nell'area NAFTA.

I nostri concessionari BMW e MINI hanno continuato ad investire nelle loro attività. Lo scorso anno essi hanno investito 427 milioni in nuove strutture e negli ultimi dieci anni circa 3,2 miliardi di dollari. Le loro attività sono rimaste redditizie durante tutta la recessione. I nostri concessionari, grazie alla loro solida condizione finanziaria, continuano a contribuire in maniera preziosa alle comunità locali in tutta l'America. Ciò sottolinea il nostro impegno verso questo mercato e rafforza ancora di più i nostri marchi.

Una terza ragione per la nostra fiducia: il BMW Group è un pioniere nel campo della sostenibilità. L'Indice della sostenibilità Dow Jones ha confermato, per il quinto anno consecutivo, che noi siamo il costruttore automobilistico più sostenibile del mondo.

Abbiamo già consegnato più di 1,6 milioni di veicoli con tecnologia EfficientDynamics in tutto il mondo. Abbiamo ridotto le emissioni di CO₂ della nostra flotta più di qualsiasi altro costruttore in Europa o negli Stati Uniti. Stiamo facendo la nostra parte per aiutare gli Stati Uniti a raggiungere un futuro sostenibile.

I clienti statunitensi si rendono conto dei miglioramenti e dei benefici della tecnologia diesel. Nel mese di dicembre, una BMW X5 ogni tre venduta negli Stati Uniti era diesel. Questo sarebbe stato impensabile soltanto alcuni anni fa. Quello del diesel è un importante componente della nostra strategia EfficientDynamics. E stiamo attualmente valutando l'introduzione su questo mercato di più modelli diesel.

La sostenibilità non riguarda soltanto i prodotti, ma anche la "clean production". Il nostro stabilimento di Spartanburg ottiene circa il 60 per cento della sua energia da una vicina discarica, convertendo il gas metano in energia.

Ciò fornisce il perfetto sfondo al nostro ruolo nei Giochi Olimpici e Paralimpici di Londra nel 2012. Entrambi questi eventi sono stati pensati con la sostenibilità in mente. Per questo motivo sembra davvero appropriato che il BMW Group, l'azienda automobilistica più sostenibile del mondo, sia partner automobilistico di questi giochi.

Signore e signori,

Più di due anni ci separano dai Giochi di Londra. Cosa possiamo ancora fare con EfficientDynamics? E, cosa ancora più importante, cosa possiamo mostrarvi qui oggi? Per questo, consentitemi di passare la parola al mio collega Klaus Draeger.

Dr. Klaus Draeger, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG per la ricerca e lo sviluppo

Signore e signori,

Ian Robertson ha accennato ad alcuni dei miglioramenti apportati grazie ad EfficientDynamics.

Non più di tre anni fa abbiamo presentato per la prima volta la nostra strategia EfficientDynamics. A quell'epoca, Vi abbiamo illustrato i tre pilastri di questa strategia.

Il primo riguardava l'ottimizzazione dei motori a combustione, con la costruzione di parti leggere e il miglioramento dell'aerodinamica.

Il secondo riguardava lo sviluppo di motori ibridi ed elettrici.

E poi, il terzo, che riguardava la creazione di veicoli ad emissioni zero.

Cosa abbiamo ottenuto fino ad ora?

I nostri veicoli diesel con BluePerformance offrono ai proprietari di auto BMW la possibilità di godere sia l'efficienza sia il piacere di guidare. L'elevato livello di efficienza del motore diesel attrae particolarmente i clienti che percorrono lunghe distanze.

Questo rappresenta uno dei punti di forza del diesel pulito: consumi bassi, buona autonomia ed emissioni ridotte. Con l'armonizzazione delle tasse rispetto a quelle imposte sulla benzina, il diesel diventerà sempre più attraente. Noi, insieme ad altre aziende, intendiamo raddoppiare i nostri sforzi per far sì che ciò accada.

Siamo ormai immersi nei progetti previsti dal secondo pilastro dell'EfficientDynamics: i veicoli ibridi ed elettrici. I clienti statunitensi stanno oggi guidando la nostra nuova BMW ActiveHybrid X6. Questo veicolo consuma circa il 20 percento di carburante in meno rispetto ad un veicolo simile provvisto di motore a combustione. Fra non molto vi sarà anche la BMW ActiveHybrid 7.

Stiamo facendo buoni progressi con i veicoli elettrici. Attualmente, abbiamo in atto il più grande progetto pilota del mondo che riguarda oltre 600 MINI E. Clienti negli Stati Uniti, nel Regno Unito ed in Germania stanno attualmente guidando queste vetture. Le conoscenze derivanti da questo progetto ci danno un vantaggio competitivo nel campo della mobilità elettrica. Noi stiamo imparando ogni giorno, prima ancora che gli altri abbiano iniziato.

Quindi, quale sarà il nostro prossimo passo? Sviluppare un tipo di veicolo interamente nuovo. Un veicolo ideato per soddisfare le necessità della mobilità urbana con la propulsione elettrica. Dobbiamo pensare ed agire fuori dagli schemi. Ed è questa precisamente la ragione per la quale abbiamo creato "project i".

"Project i" è responsabile di tutti gli aspetti della mobilità futura e delle future necessità dei clienti. Questa unità svilupperà soluzioni per la mobilità sostenibile negli ambienti urban i. La MINI E è il primo capitolo di "project i". Questo veicolo fornisce un valido feedback per i progetti futuri, come il nostro concetto di mobilità per le città. Noi lo chiamiamo "Megacity Vehicle" o MCV. Lo lanceremo nella prima metà di questo decennio.

Ora vorrei mostrarvi l'ultima arrivata.

Signore e signori,

Permettetemi di presentarvi la BMW Concept Active E.

Questo veicolo rappresenta la mobilità elettrica in stile BMW, dove il piacere di guidare e la mobilità sostenibile sono perfettamente compatibili. Questa concept è un veicolo completamente elettrico basato sulla BMW Serie 1 Coupé.

Questa concept porterà alla nostra seconda flotta di veicoli elettrici in prova. Diventerà disponibile nel 2011. Ancora una volta, la guida di questi veicoli elettrici ci darà una maggiore conoscenza di quanto sperimentano i clienti nell'utilizzo quotidiano. In questo veicolo, proveremo anche la versione pre-serie del propulsore elettrico dell'MCV. Questa concept è il perfetto successore della MINI E e ci aiuta ad avanzare sulla strada verso la produzione in serie del Megacity Vehicle.

Questa concept è dotata delle seguenti caratteristiche BMW:

- trazione posteriore
- potente motore per prestazioni dinamiche.

E' certo che i nostri clienti l'adoreranno. Le componenti sono state disposte in maniera intelligente, così che il coupé resti ancora una vera quattro posti. Ed offre un bagagliaio di circa 200 litri.

Questa concept viene mossa da un motore elettrico sincrono completamente nuovo che è stato sviluppato in maniera specifica per questo veicolo. Con 170 CV, esso sviluppa una coppia massima di 250 Nm. Nella guida quotidiana, riesce a garantire un'autonomia di circa centosessanta chilometri. L'energia è immagazzinata in batterie agli ioni di litio di nuovo sviluppo.

Un'altra caratteristica è costituita dal raffreddamento a liquido per tenere stabili le temperature. Questo garantisce al guidatore una potenza ottimale in ogni momento e allunga la vita della batteria.

Questa concept è dotata anche dei nuovi servizi BMW ConnectedDrive sviluppati esclusivamente per i veicoli elettrici. Essi permettono al guidatore di controllare lo stato della batteria per mezzo di un telefono cellulare, di individuare stazioni pubbliche di ricarica o anche di attivare il riscaldamento o il condizionamento della vettura.

Signore e signori,

Gli sviluppi all'interno della nostra strategia EfficientDynamics stanno offrendo un importante contributo alla mobilità individuale e alla sostenibilità. Vogliamo assicurare che le future generazioni conoscano la mobilità sostenibile fin da giovani. E' per questo motivo che il BMW Group è da molti anni coinvolto in varie attività in tutto il mondo, mettendo i giovani in contatto con le future tecnologie e creando per loro nuove opportunità di apprendimento.

Non importa dove si trovi il BMW Group nel mondo, vogliamo fare la nostra parte – che, naturalmente, comprende Detroit. Oggi, io e Ian Robertson vorremmo annunciarvi una partnership con l'organizzazione Ecotek, con il sostegno dei nostri concessionari.

L'Ecotek sostiene ed incoraggia gli studenti che sono interessati ad utilizzare la scienza e la tecnologia per risolvere le questioni globali. Per esempio, creando laboratori di ricerca – che aiutiamo ad allestire.

Ian Robertson, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG per le vendite e per il marketing

In tutte le nostre sedi nel mondo, prendiamo sul serio il nostro ruolo di attori aziendali responsabili e ciò comprende l'essere coinvolti in attività locali. E' per questo che sono orgoglioso che, insieme ai nostri concessionari locali, stiamo aiutando i giovani – il futuro di questo paese – qui a Detroit, il cuore dell'industria automobilistica americana.

Grazie di essere stati con noi oggi.