

BMW Motorrad

Italia

Comunicazione e P.R.



Comunicato stampa N. 181/10

San Donato Milanese, 28 ottobre 2010

BMW Motorrad comincerà a vendere moto in India entro il dicembre 2010. Nominati due importatori con tre punti vendita

Monaco. BMW Motorrad inizierà le sue attività di vendita sul mercato motociclistico indiano dal dicembre 2010 con due importatori ufficiali. Con "Deutsche Motoren" a Delhi nell'India settentrionale e "Navnit Motors" a Mumbai, sulla costa occidentale, e a Bangalore nella parte meridionale del paese, BMW Motorrad conta su due partner del BMW Group con grande esperienza. Con queste tre punti vendita, il costruttore tedesco di moto sarà rappresentato nelle regioni strategicamente importanti.

Hendrik von Kuenheim, Direttore generale di BMW Motorrad, dice: "Il BMW Group si è già consolidato con successo in India con una produzione locale di auto BMW ed una rete di vendita per le automobili del BMW Group. Ora inizia a svilupparsi anche il mercato per le moto premium. Le attività di vendita che iniziano ora con i due partner del BMW Group di grande esperienza sono di importanza a lungo termine per BMW Motorrad. Siamo fiduciosi che le nostre moto si affermeranno rapidamente in preparazione di un mercato in crescita".

Come costruttore più innovativo di moto premium di grande serie nei segmenti enduro, touring, turismo sportivo e sportivo, BMW Motorrad apre un nuovo capitolo nella sua affermata strategia di mercato iniziando attività di vendita in India. Le moto saranno costruite presso lo stabilimento BMW Motorrad di Berlino e inviate in India come unità CBU .

BMW Motorrad offrirà inizialmente gli attuali modelli delle serie R e K, nonché la superbike S 1000 RR, cioè veicoli premium in ognuna delle relative categorie. Le moto BMW della Serie R, come il leggendario enduro BMW R 1200 GS, attraggono i clienti particolarmente con il loro caratteristico ed esclusivo motore boxer.

I modelli BMW K sono considerati come benchmark nel segmento delle moto a 4 cilindri di grossa cilindrata, grazie alle loro innovazioni tecnologiche e alla superiore potenza. Entrambe le serie offrono anche la qualità migliore in assoluto per quanto riguarda la tecnologia del telaio, nonché uno standard esemplare di sicurezza con l'ABS BMW Motorrad. La S 1000 RR, prima superbike di BMW, è diventata la moto sportiva più ammirata della sua classe nella stagione motociclistica 2010.

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

Per ulteriori informazioni contattare:

Danilo Coglianese
BMW Group Italia
Coordinatore Comunicazione e PR Motorrad
Telefono: 02/51610780 Fax: 02/51610 0416
E-mail: Danilo.Coglianese@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com

BMW Group

Corporate Communications

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 24 stabilimenti di produzione dislocati in 13 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2009 un volume di vendita di oltre 1,29 milioni di automobili e 87.000 motociclette. Il fatturato dello scorso anno è stato di 50,68 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2009 era di circa 96.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.