

Comunicato stampa N. 060/16

San Donato Milanese, 19 maggio 2016

BMW Italia domina il DealerSTAT 2016 nel settore auto

Prima posizione con il marchio BMW e seconda con MINI per soddisfazione dei Dealer. Il riconoscimento celebra nel miglior modo possibile i 50 anni di presenza della Marca nel nostro Paese e consolida la partnership con la rete dei Concessionari.

BMW Italia è stata assoluta protagonista al Dealer Day 2016. BMW si è, infatti, aggiudicata il premio DealerSTAT quale "Mandato n.1 in Soddisfazione dei Dealer auto" con un punteggio pari a 3,90 (in una valutazione da 1 a 5). BMW Italia occupa anche la seconda posizione con il marchio MINI (giudizio di 3,87), completando così il successo dell'azienda.

Questo quanto emerso da DealerSTAT 2016, l'indagine sulla soddisfazione dei concessionari condotto da Quintegia, la cui rilevazione è avvenuta da febbraio ad aprile coinvolgendo 32 marchi e oltre il 50% dei dealer italiani, che si sono espressi in 1.250 questionari.

"Questo risultato - ha commentato Sergio Solero, Presidente e A.D. di BMW Italia S.p.A., ritirando il premio - ci riempie di orgoglio e testimonia l'eccellente lavoro fatto con la rete dei nostri concessionari che rappresentano per noi degli autentici partner con i quali abbiamo raggiunto traguardi importanti e con i quali stiamo costruendo la strada per il futuro, in modo da confermarci l'azienda di mobilità di maggior successo al mondo nel segmento premium. In questi anni abbiamo lavorato insieme ai dealer per orientare gli investimenti alla sostenibilità del business e per ottimizzare la redditività della rete. Dialogo, confronto, formazione, condivisione sono stati gli elementi fondamentali della nostra strategia che oggi vediamo riconosciuti e apprezzati dei nostri concessionari che ringraziamo per il grande lavoro di squadra e attaccamento ai nostri brand".

"Questo riconoscimento - ha poi proseguito Solero - si va ad affiancare ad altri importanti premi che abbiamo conseguito in Italia quest'anno: il secondo posto assoluto nel Reputation Track, il terzo assoluto nella classifica di Superbrands Pop Awards e il podio nel mercato automotive nel ranking di Universum tra i giovani studenti italiani (seconda azienda per attrattività per le facoltà economiche e terza per quelle ingegneristiche). A tutto questo si aggiungono, ovviamente, le eccellenti performance di mercato in Italia sia per le due che per le quattro ruote. Direi che non poteva esserci modo migliore per celebrare i 50 anni di presenza nel nostro Paese e proiettarci nei prossimi 100 anni di storia del BMW Group con un particolare focus sulla digitalizzazione del business e sullo snellimento dei processi, per poter mantenere ed incrementare la redditività anche in futuro".

Tra i tanti temi approfonditi nel corso di DealerSTAT 2016 uno in particolare ha assunto una rilevanza strategica: ai dealer è stato chiesto di esprimere una preferenza sull'ipotesi di ripartire da zero nel business. Dall'analisi delle risposte di tutti i brand coinvolti emerge che nel 2016 il 51% rimarrebbe fedele al proprio marchio e un ulteriore 24% sarebbe comunque intenzionato a proseguire con l'attività imprenditoriale intrapresa, anche se con altri mandati. Il 5% dei dealer uscirebbe dal business, mentre il restante 20% non prende posizione a riguardo.

Nell'ultimo triennio la fedeltà dei concessionari al brand rappresentato appare, quindi, in continuo aumento. Ottimo risultato anche in questo caso per i marchi MINI e BMW che hanno riscosso il più alto grado di fedeltà dei concessionari: rispettivamente l'85% e il 77% dei dealer confermano il legame con il proprio marchio.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione
Telefono: 02/51610.294
E-mail: roberto.olivi@bmw.it

Il BMW Group

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2015, il BMW Group ha venduto circa 2,247 milioni di automobili e 137.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2015 è stato di 9,22 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 92,18 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2015, il BMW Group contava 122.244 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>