

Speech di Sergio Solero, Presidente e A.D. di BMW Italia, ai media italiani in occasione del Salone di Parigi.

Signore e signori buonasera e benvenuti a questo incontro che rappresenta un tradizionale punto di riflessione prima di immergerci nel Salone di Parigi.

Come al solito, lascerei alla giornata di domani le conversazioni sui tanti modelli che lanciamo in questa occasione e che ci consentiranno di chiudere l'ultimo trimestre e proiettarci nel 2019 con un'importante offensiva di prodotto.

Ci tengo solo a dire che vetture come la Nuova BMW Serie 3, la Nuova BMW Z4 o la Nuova BMW Serie 8 (che vedrete allo stand) testimoniano la nostra volontà di restare leader in tema di design e di sottolineare il valore estetico del Brand BMW anche in futuro. Ma anche di rafforzare il "core" del nostro brand, il "Piacere di Guidare". E con BMW i3 faremo un altro passo avanti in termini di autonomia della mobilità sostenibile.

Partirei però da una riflessione sul mercato. Nei primi otto mesi dell'anno il BMW Group è cresciuto su scala mondiale dell'1,6% (1.597.021 unità) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. E questo nonostante innumerevoli "sfide", alcune impreviste, che si sono abbattute sul comparto Automotive nell'ultimo anno, a partire dalla transizione alle nuove normative WLTP, alle conseguenze non ancora definitivamente chiare della BREXIT, fino alla guerra sui dazi scatenata prima tra USA e Cina, poi a livello mondiale.

Anche la quota di elettrificate rispetto alle vendite complessive del BMW Group continua ad aumentare: nell'agosto 2018, i veicoli elettrificati rappresentavano quasi il 7% delle vendite globali di BMW e MINI, rispetto a poco più del 4% nello stesso mese dello scorso anno, con una crescita di oltre il +40% rispetto allo scorso anno.

Questi dati ci consentono di confermare l'obiettivo di superare le 140mila unità di vetture elettrificate del Gruppo nel 2018, per poi salire a 160mila l'anno prossimo quando raggiungeremo anche le 500mila vetture ibride plug-in o elettriche vendute dal lancio della BMW i3.

In Italia stiamo affrontando un mercato complesso, in linea con il trend europeo ma anche con alcune specificità locali. I dati usciti un paio di ore fa indicano un dato complessivo di circa 1,5 milioni unità (quasi -3% rispetto al 2017) e un mercato premium in calo del -5,1%, con un -25% nel mese sia per mercato che per il segmento. Ma il segmento veniva già da un calo in doppia cifra ad agosto...

In questo scenario noi abbiamo consuntivato 44.400 BMW (-4% rispetto al 2017) e 15.439 MINI (-14,8% rispetto al 2017). In totale siamo a 59.844 unità vendute nei primi nove mesi dell'anno in corso, mantenendo la ragguardevole quota del 33% sul segmento Premium: un cliente su tre è del Gruppo BMW.

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



Come detto prima il segmento Premium vede un calo % del -5,1%, per cui soprattutto con BMW stiamo aumentando la quota di mercato. E questo nonostante una chiara strategia che privilegia il margine al volume, ma tornerò a breve su questo tema.

Anche da noi, seppur su numeri assoluti ancora piccoli, si segnala un'importante crescita delle vetture elettrificate della nostra gamma: 1.575 unità da gennaio ad oggi in crescita di quasi il 34%. Praticamente in 9 mesi abbiamo fatto il risultato dell'intero 2017.

La riflessione che mi sento di fare è che, nel 2018, stiamo vivendo un mercato molto più complesso, del previsto, in cui il canale delle vendite a privati ha mostrato chiari segnali di crescita dell'incertezza nelle decisioni di acquisto delle famiglie italiane, mentre quello delle flotte aziendali ha sofferto la fine del superammortamento e l'incognita delle future politiche fiscali. Anche il tema normativo ha avuto il suo impatto, con una gestione "complicata" da parte di alcuni Brand degli stock derogabili per l'immatricolazione nei prossimi 12 mesi.

Da questo punto di vista, ci tengo però a precisare che il processo di adeguamento di tutte le vetture del BMW Group al nuovo test per l'omologazione **WLTP** (Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure) sta proseguendo come pianificato e ormai la maggior parte dei modelli ha già completato il nuovo ciclo di prova.

Circa 200 prodotti della gamma BMW e MINI soddisfano già i requisiti sulle emissioni **Euro 6d-TEMP**, che diventeranno obbligatori solo a partire dal 1 settembre 2019. E questo è un importante vantaggio che abbiamo acquisito rispetto ad altri player del mercato.

Per concludere questa parte, so che molti di voi già stasera o domani mi chiederanno cosa prevediamo per la chiusura del mercato quest'anno.

Ebbene, sapete che non mi sono mai tirato indietro nelle altre occasioni, ma oggi il livello di complessità della situazione che stiamo vivendo e i dati giornalieri che tutti noi monitoriamo, non ci consentono di fare previsioni di nessun tipo. Dobbiamo affrontare la situazione, day by day analizzando costantemente tutti gli aspetti e cercando di essere il più tempestivi possibile nelle reazioni.

L'unica cosa che mi sento di dire è che posso immaginare un mercato che, nella migliore delle ipotesi, si possa avvicinare, dal basso, a quello dello scorso anno. In tal caso si tratterà di un mercato drogato da fortissime politiche commerciali volte a mantenere le quote di mercato, soprattutto da parte dei brand generalisti, ma non solo. Senza tali "iniezioni" il mercato sarebbe già in territorio fortemente negativo, con un **calo più vicino al -10%**.

Signore e signori,

il BMW Group ha effettuato investimenti sostanziali nella mobilità del futuro durante la prima metà dell'anno, mentre allo stesso tempo ha continuato con determinazione il proprio percorso di crescita.

La rigorosa implementazione della **strategia NUMBER ONE> NEXT** del gruppo sta svolgendo un ruolo chiave, l'azienda sta infatti guidando la trasformazione del settore automotive.

Nel portare avanti questo processo, il BMW Group rimane concentrato sulle esigenze e i desideri dei suoi clienti e continua il suo lavoro innovativo sui quattro temi sotto l'acronimo **ACES** (**A**utonomo, **C**onnesso, **E**lettrificato e **S**ervizi / **C**ondivisione).

"Continuiamo a concentrarci nel proseguire sulla nostra strada e rimaniamo stabilmente in corsa. Ci stiamo preparando in maniera costante per soddisfare le esigenze di domani. Questo approccio ci consente di rimanere un partner affidabile, aspetto ancora più importante in tempi così sfidanti", ha dichiarato ad agosto **Harald Krüger**, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG presentando i risultati del secondo trimestre. "Il BMW Group vanta oltre 100 anni di esperienza nell'affrontare situazioni di incertezza in un mondo in continuo cambiamento. La nostra visione è focalizzata sulle prospettive di lungo termine ed è fondamentale rimanere concentrati sulle questioni chiave di redditività, crescita e innovazione per garantire il nostro vantaggio competitivo".

Come avevamo annunciato in occasione della conferenza di bilancio 2017, quest'anno il BMW Group ha aumentato in modo significativo gli investimenti sulla mobilità del futuro.

Le spese di **ricerca e sviluppo** nei primi sei mesi del 2018 sono state superiori di oltre 300 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e ammontano a 2.610 milioni di euro (+ 13,6%). Per l'intero anno raggiungeranno probabilmente il 7% dei ricavi del Gruppo nell'anno corrente (2017: 6,2%).

Oltre a incrementare la produzione per guidare la nuova offensiva, il BMW Group si sta concentrando sull'espansione delle sue attività nei settori della mobilità elettrica e della guida autonoma.

In entrambi i casi, la **BMW iNEXT** rappresenterà l'avanguardia tecnologica in grado di stabilire nuovi standard. La Vision presentata al pubblico qualche settimana fa (che anticipa il modello di serie) sarà costruita in versione definitiva nello stabilimento di Dingolfing a partire dal 2021.

Il BMW Group ha anche annunciato che rivoluzionerà l'esperienza di guida con il **BMW Intelligent Personal Assistant**.

A partire da marzo 2019, le automobili BMW saranno dotate di un assistente personale pronto a rispondere se interpellato con la formula "Hey BMW".

È l'inizio di una nuova era e di un nuovo modo di guidare, in cui i guidatori saranno in grado di utilizzare la propria auto e accedere alle sue funzioni e informazioni semplicemente parlando.

Insomma, ricordando una famosa serie televisiva americana del passato, ogni BMW sarà una "Supercar" intelligente, in grado di interagire con il guidatore in modo sempre più evoluto e apprendendo ogni giorno grazie alla Intelligenza Artificiale.

L'assistente personale sarà a disposizione del guidatore anche al di fuori del veicolo, in casa o fuori casa tramite smartphone o altoparlanti intelligenti. Inoltre, in futuro, l'Intelligent Personal Assistant sarà compatibile con altri assistenti vocali digitali oltre ad Amazon Alexa, fornendo un collegamento agli ecosistemi in rapida crescita.

Il BMW Intelligent Personal Assistant si combina con il nuovo **BMW Operating System 7.0** per creare una nuova forma digitale di interazione con la propria BMW che ridefinisce l'intera esperienza di guida.

Il BMW Intelligent Personal Assistant sarà disponibile in una versione base con controllo vocale in 23 lingue e in altrettanti mercati da marzo 2019. Negli Stati Uniti, in Germania, Regno Unito, **Italia**, Francia, Spagna, Svizzera, Austria, Brasile, Giappone e Cina da maggio 2019 sarà disponibile in versione estesa.

Signore e signori, vent'anni fa BMW lanciava il Connected Drive intuendo il potenziale straordinario che la connessione avrebbe avuto nelle nostre vite e nell'industria automobilistica. Lo abbiamo fatto 10 anni prima dell'arrivo del primo Smartphone!

Oggi si parla costantemente di "essere connessi" e ci fa piacere vedere come, ancora una volta, siamo stati capaci di essere leader nell'innovazione e non follower.

Sempre più ai convegni sentiamo parlare di vetture elettriche, scooter elettrici, bici a pedalata assistita che arriveranno sul mercato. Con un pizzico di orgoglio mi piace ricordare che abbiamo lanciato project i nel 2009, dieci anni fa, proprio per investire sulla mobilità sostenibile del futuro e che i prodotti a due e quattro ruote elettrici ed elettrificati sono già nelle nostre concessionarie da diversi anni.

In tema di sharing, avrete letto nei giorni scorsi che stiamo procedendo con il nostro protocollo d'intesa con Daimler (che sta attendendo il via libero definitivo dalle autorità europee) per i servizi di mobilità che si focalizzerà su 5 punti:

- Mobilità multimodale e on demand (attraverso i sistemi moovel e Reach Now)
- Car sharing (con Car2Go e DriveNow)
- Ride Hailing (con mytaxi, Chaffeur Priivè, Clever Tax e Beat)
- Parking (con ParkNow, Parkmobile Group/Parkmobile LLC)
- Charging (con Charge Now e Digital Charging Solutions)

Signore e signori,

in occasione del centenario del BMW Group celebrato nel 2016, ricordo che il nostro presidente Harald Krueger affermò che "il futuro è di chi osa" e che "noi preferiamo disegnare il nostro futuro che subirlo".

Sono passati due anni, molte cose sono cambiate e lo scenario internazionale si è fatto sempre più complicato, ma la nostra passione e la nostra voglia di affrontare le sfide evolvendoci in una tech company, capace di offrire soluzioni innovative alla mobilità futura, è rimasta intatta.



E i prodotti che vedrete domani sullo stand ve lo testimonieranno.

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 quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2017, il BMW Group ha venduto oltre 2.463.500 automobili e più di 164.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2017 è stato di circa 10,655 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 98,678 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2017, il BMW Group contava 129.932 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.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <https://plus.google.com/+BMWGroup>

È