

Corporate Communications

Comunicato stampa
21 marzo 2019

BMW ha presentato la propria visione del futuro della mobilità durante la Milano Digital Week.

Dal 13 al 17 marzo, con oltre 500 eventi diffusi, Milano è stata capitale dell'innovazione digitale. Per BMW, partner della manifestazione, è stata l'occasione per raccontare il futuro della mobilità e far scoprire ai visitatori il piacere di guidare elettrico a bordo delle BMW i3.

L'edizione 2019 della Milano Digital Week ha visto BMW tra i protagonisti dei cinque giorni dedicati all'educazione, alla cultura e all'innovazione digitale. Per l'azienda bavarese l'appuntamento con la Milano Digital Week è stata l'occasione per fare il punto su alcuni temi che segneranno il futuro della mobilità e per far conoscere ai visitatori come già oggi sia possibile muoversi in ambito urbano a emissioni zero con la BMW i3, prima vettura completamente elettrica del gruppo BMW, lanciata nel 2013 e recentemente aggiornata con una nuova batteria che permette un'autonomia di 260 km.

Durante la tavola rotonda "Voice everywhere: il futuro è nei comandi vocali?" BMW ha raccontato come il futuro dell'esperienza di guida – e più in generale la vita a bordo dell'auto – passa anche per l'interazione vocale con il veicolo, che diventa copilota e compagno di viaggio ideale con cui parlare in modo naturale, grazie all'evoluzione del riconoscimento del linguaggio e all'intelligenza artificiale che gli permettono di comprendere i comandi vocali e interagire con guidatore e passeggeri.

Nell'incontro "E-mobility: Il futuro della mobilità tra sostenibilità e soluzioni innovative", BMW ha spiegato il proprio impegno nel settore della mobilità elettrica, ambito in cui è senza dubbio tra i pionieri e tra i leader di mercato a livello globale. Affiancando alla BMW i3 una gamma di modelli ibridi plug-in che copre ora tutti i segmenti, il BMW Group si è assicurato una posizione di leadership nel mercato delle vetture elettrificate, con una quota di mercato globale del 9% nel 2018 e l'obiettivo di avere mezzo milione di veicoli elettrificati circolanti entro la fine di quest'anno.

La tecnologia ibrida plug-in, giunta alla sua quarta generazione, è l'ideale transizione tra i veicoli con motori endotermici e quelli elettrici. Infatti, permettendo percorrenze in

modalità esclusivamente elettrica fino a 80km, le vetture ibride plug-in possono funzionare come delle elettriche pure in ambito urbano, riservando l'utilizzo del motore a combustione per gli spostamenti a medio/lungo raggio.

In Paesi come il nostro la strada da fare per una diffusione significativa della mobilità elettrificata è ancora tanta e l'adozione di questa tecnologia potrà accelerare solo con lo sviluppo della infrastruttura di ricarica – in ambito sia pubblico che privato – e con i giusti incentivi per i consumatori, non solo in termini monetari al momento dell'acquisto ma anche con una serie di agevolazioni nel corso dell'utilizzo delle vetture (ad esempio l'accesso privilegiato alle ZTL), così come dimostrato dai Paesi del nord Europa dove la mobilità elettrica è già una realtà consolidata di grande successo.

L'approccio del gruppo BMW alla e-mobility non si ferma allo sviluppo di nuovi modelli ma guarda con interesse anche al mondo dei servizi per la mobilità individuale. Si colloca in questo contesto la joint venture con Daimler che riunisce i servizi esistenti delle due aziende, in maniera innovativa, intelligente ed efficace. Di rilievo per la mobilità elettrica è CHARGE NOW, grazie alla quale i clienti hanno accesso a oltre 150.000 punti di ricarica in 29 Paesi a livello mondiale, con una copertura a livello europeo dell'80% delle oltre 100.000 stazioni esistenti. Per quanto riguarda il territorio italiano, sono circa 2.800 (di cui 104 a ricarica rapida) le stazioni in cui è possibile ricaricare la propria vettura (l'85% delle colonnine disponibili). Il numero di punti di ricarica disponibili per gli utilizzatori di CHARGE NOW è in costante aumento, rendendo la rete sempre più capillare, estesa ed accessibile. Tutto questo con una sola iscrizione, un'unica app e un'unica card.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager
Telefono: 02/51610.088
E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it
Media website: <http://www.press.bmwgroup.com> (comunicati e foto) e
<http://bmw.lulop.com> (filmati)

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. Il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 14 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2018, il BMW Group ha venduto oltre 2.490.000 automobili e oltre 165.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2018 è stato di 9,815 miliardi di Euro con ricavi per 97,480 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2018, il BMW Group contava un organico di 134.682 dipendenti.

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

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 5 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>