

Comunicato stampa
10 settembre 2019

Speech Massimiliano di Silvestre, IAA 2019

Signore e signori buonasera,

è un vero piacere per me essere qui con voi stasera anche perché questa è la mia prima uscita pubblica da quando il primo agosto scorso ho assunto la carica di Presidente e Amministratore delegato di BMW Italia.

Avremo modo durante la cena di conoscerci meglio e approfondire alcune tematiche relative alla strategia del Gruppo BMW e all'andamento del business. Consentitemi però alcune riflessioni introduttive.

Partiamo dai numeri.

Il Gruppo BMW ha ottenuto in questi mesi risultati di vendita in crescita, frutto anche di una grande offensiva di nuovi modelli: nel periodo Gennaio- Agosto 2019 abbiamo infatti registrato, a livello globale, un incremento delle vendite a dispetto di uno scenario macro economico molto volatile e incerto: 1.617.512 auto considerando i Brand BMW, MINI e RR (+1,3% rispetto al pari periodo di un anno fa) di cui oltre 80 mila elettrificate e 121.098 motociclette, in crescita del 7,5%.

Il Gruppo continua ad essere il produttore di auto premium di maggior successo al mondo capace di offrire ai propri clienti una gamma di prodotti unica in ogni segmento del mercato, in oltre 160 paesi.

Quali sono gli ingredienti di questo successo. Sicuramente una strategia di marketing flessibile, un portafoglio di prodotti variegato ed un'ampia gamma di tecnologie e di propulsioni che comprendono sia motori a benzina e diesel altamente efficienti, sia motori interamente elettrici e sistemi ibridi plug-in ed in futuro auto a idrogeno fuel cells.

Infatti l'utilizzo di architetture di veicoli flessibili ci consentirà di produrre rapidamente qualsiasi modello con diverse tecnologie di guida come richiesto dal mercato. Un esempio è la BMW X3 che dal prossimo anno sarà disponibile in tutte le varianti di propulsione.

In Italia, in un mercato in contrazione e con uno scenario macroeconomico incerto, stiamo ottenendo risultati significativi migliorando leggermente la quota di mercato del Gruppo e lavorando con un'attenzione particolare alla redditività nostra e della rete dei nostri partner concessionari.

Nei primi otto mesi del 2019 il BMW Group ha venduto in Italia un numero di auto sostanzialmente in linea con il 2018 (53.117 unità) confermando la leadership complessiva nel mercato premium. Il marchio **BMW** ha consuntivato una flessione pari all'1,63% rispetto al 2018 (38.932 auto) e **MINI** un incremento del 3,53% con 14.185 immatricolazioni. La performance del Brand BMW è stata influenzata dalla crescita del segmento delle compatte sul mercato Italia, che vede la nostra BMW Serie 1 nella fase di run-out. Domani avremo il piacere di presentarvi il nuovo modello di BMW Serie 1.

Ottime le performance del mercato delle due ruote: con 12.913 motociclette vendute negli otto mesi (+16%), attualmente siamo il secondo mercato al mondo per il BMW Group.

E cosa prevede il nostro futuro?

Stiamo affrontando il futuro con le “batterie cariche”!

Come annunciato a giugno a Monaco in occasione del NEXTGen, l'innovativo format che abbiamo proposto per la prima volta a voi media, analisti, influencer e concessionari a Monaco di Baviera, continuiamo a procedere lungo la “Future Highway 2025” accelerando il programma di espansione dell'elettromobilità.

Nel 2023, con ben due anni di anticipo, raggiungeremo l'obiettivo di avere 25 modelli elettrificati. Grazie ad architetture di veicoli flessibili per propulsioni completamente elettriche, ibride plug-in e con efficienti motori a combustione, rispondiamo prontamente a uno scenario in costante mutamento ed evoluzione. Più della metà dei 25 modelli sarà completamente elettrica.

Come pioniere dell'e-mobility, già oggi siamo leader nel mercato veicoli elettrificati. **Entro la fine di quest'anno**, avremo oltre mezzo milione di veicoli elettrificati in circolazione. Includendo la vasta flotta di ibridi plug-in, il Gruppo BMW offre oggi la più ampia gamma di veicoli elettrificati attualmente in commercio.

Entro il 2020 la nostra offerta di modelli con sistemi di trasmissione elettrificati crescerà ulteriormente, comprendendo le varianti ibride plug-in della BMW X3, della Nuova BMW X1, della Nuova BMW Serie 3 Touring e la MINI Cooper SE Full Electric che vedrete domani sullo stand.

Inoltre, entro due anni, saranno cinque i veicoli di produzione di serie completamente elettrici:

- **oltre alla BMW i3, più di 150.000 unità vendute fino ad oggi,**
- **a novembre inizierà la produzione della MINI completamente elettrica presso lo stabilimento di Oxford (UK);**
- **nel 2020 sarà il turno della BMW iX3 completamente elettrica, con produzione a Shenyang (Cina) e,**
- **nel 2021, della BMW iNEXT, che sarà prodotta a Dingolfing (Germania),**
- **e infine della BMW i4 che verrà assemblata negli stabilimenti di Monaco (Germania).**

Da qui al 2021, quindi, avremo raddoppiato le vendite di veicoli elettrificati rispetto al 2019.

La nostra vision è chiara: mobilità sostenibile, prodotta in modo sostenibile. Ci siamo prefissati l'obiettivo di acquistare energia elettrica da fonti energetiche rinnovabili per tutte le nostre sedi in tutto il mondo a partire dal prossimo anno.

Crediamo fermamente nella nostra responsabilità sociale - in tutte le sue diverse sfaccettature. Siamo fermamente orientati alla guida "senza emissioni".

La nostra visione di mobilità sostenibile è decisamente orientata al mercato, perché le esigenze della mobilità futura saranno molteplici e

diverse. Chi risiede, ad esempio, in aree rurali necessita di soluzioni tecnologiche diverse rispetto a chi vive in contesti urbani.

Gli ibridi plug-in giocano per noi un ruolo strategico nel raggiungimento dell'obiettivo della mobilità ad impatto zero nelle città. Un esempio concreto è rappresentato dalla funzione BMW eDrive Zones, che sarà di serie negli ibridi plug-in BMW a partire dal 2020.

Come funziona: nelle città che istituiscono "zone green", in cui soltanto veicoli a zero emissioni possono circolare, la tecnologia di geofencing sarà in grado di riconoscere queste aree automaticamente ed attivare la modalità di guida elettrica non appena il veicolo vi acceda. In questo modo, consentiremo agli utilizzatori di veicoli ibridi plug-in di avere gli stessi diritti di accesso alle zone green di chi guida un veicolo completamente elettrico.

Questo nuovo tipo di strategia operativa aumenterà significativamente il potenziale di vendita dei veicoli ibridi plug-in per ridurre le emissioni. Aumentare l'uso della guida elettrica non solo ottimizza l'efficienza, ma aiuta anche a ridurre i costi operativi per i clienti, specialmente nel traffico cittadino.

Se questo rappresenta il futuro della mobilità, vorrei parlare anche delle tecnologie più tradizionali, ribadendo tre punti fondamentali:

- 1. Il BMW Group ha sempre prodotto motori diesel puliti nel rispetto di tutte le regolamentazioni mondiali, propulsori che si sono spesso rivelati tra i migliori sul mercato in termini di efficienza ed emissioni. In questa ottica anche l'implementazione delle nuove normative WLTP è avvenuto in modo lineare e nel pieno rispetto dei tempi per l'intera gamma.**
- 2. Pur avendo aumentato in modo significativo gli investimenti in ricerca e sviluppo nel corso degli ultimi esercizi per favorire il processo di elettrificazione dei modelli (fino ad arrivare a quasi il 7% nel 2018 per un totale di circa 7 miliardi di euro), riteniamo che la tecnologia dei motori diesel ci accompagnerà per i**

prossimi 20 anni e quella dei motori benzina per i prossimi 30 anni. Tutti gli studi sono concordi nel ritenere che la percentuale di elettrificazione delle motorizzazioni al 2025 sarà, nella migliore delle ipotesi del 30%. Risulta quindi evidente come la maggior parte delle vetture in vendita a quella data sarà ancora equipaggiata da motorizzazioni convenzionali. Peraltro, recenti test svolti in tutto il mondo e anche in Italia, hanno dimostrato che propulsori diesel di moderna generazione rappresentano una soluzione molto efficace ed impatto ridottissimo anche in condizioni di guida reali.

- 3. Entro il 2020 ridurremo del 50% le emissioni di CO2 della nostra flotta europea rispetto al 1995 e abbiamo intenzione di rispettare i target previsti per il 2030 dall'Unione Europea.**

Signore e signori,

domani avremo modo sullo stand di parlare diffusamente di prodotti. **Abbiamo infatti l'anteprima mondiale della BMW X6 e della MINI Cooper SE Full Electric senza dimenticare che tra settembre e ottobre avvieremo la commercializzazione della nuova Serie 1 (per la prima volta a trazione anteriore) della Serie 3 Touring (modello molto amato nel nostro Paese) della Serie 8 Gran Coupé, della M8 nelle versioni coupé e cabrio e le versioni aggiornate della BMW X1 e della MINI Clubman. A questo si aggiungerà una anteprima che verrà svelata direttamente domani sullo stand e di cui non posso anticiparvi nulla.**

Come potete comprendere da questo elenco veloce il BMW Group continua la sua offensiva di prodotti da un lato e dall'altro procede con decisione sulla strada tracciata con la **strategia focalizzata su** Design, guida Autonoma, Connettività, Elettrificazione e Servizi.

A questo proposito, mi piace ricordare in conclusione, che in uno scenario sempre più competitivo e ricco di sfide avvincenti e complesse, la nostra visione futura resta quella di un gruppo indipendente ed autonomo, capace di sviluppare cooperazioni in tutti i settori strategici nel business, come abbiamo fatto con YOUR NOW per i servizi di mobilità (una piattaforma con oltre 60 milioni di clienti già oggi) insieme a Daimler o con la guida autonoma ancora con Daimler oppure con Toyota per le fuel cells, solo per fare alcuni esempi.

Corporate Communications

Nel 2016 in occasione del nostro centenario abbiamo annunciato che volevamo trasformarci, entro il 2025, da un'azienda premium di automobili e motociclette in una tech company capace di offrire servizi di mobilità premium per i clienti di domani.

Tutto questo con un occhio di particolare attenzione per la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa. Abbiamo il dovere di lasciare ai nostri figli un mondo migliore e da padre di due figli, sento questo obiettivo come particolarmente importante.

Consentitemi di dire che siamo sulla strada giusta e che ancora una volta stiamo tracciando la rotta!

Vi ringrazio per l'attenzione, vi auguro buona cena insieme e buon salone domani.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione
Tel: +39 02.5161.02.94
Fax: +39 02.5161.002.94
Mail: roberto.olivi@bmw.it
Media website: 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 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 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/bmwgroup/>