



Comunicato stampa
19 maggio 2021

Intervento di Massimiliano Di Silvestre, Presidente e AD di BMW Italia S.p.A., in occasione del lancio italiano delle nuove BMW M3 e M4

Buongiorno a tutti e benvenuti anche da parte mia.

È un piacere essere qui con voi in presenza per un evento! Ci siete mancati e non vedevamo l'ora di condividere con i media iniziative e lanci di prodotti. E mi fa ancora più piacere vivere insieme questo momento perché si tratta di una presentazione M, la lettera più potente del mondo e la massima espressione del dinamismo del nostro brand.

Prima di entrare nel mondo M, però, consentitemi di fare il punto sul mercato italiano nei primi 4 mesi del 2021.

Il lavoro di analisi e strategico fatto lo scorso anno, nelle difficili condizioni che tutti noi conosciamo, ci ha consentito non solo di far registrare dei risultati di chiusura 2020 molto positivi (con crescita di market e segment share sia per BMW che MINI e la leadership per BMW Motorrad) ma anche di iniziare in modo molto consistente il 2021.

Il nostro approccio parte dagli "insight" del mercato e ha un obiettivo molto preciso: ascoltare le esigenze dei clienti e offrire il prodotto più adatto e una customer experience unica, fatta di momenti memorabili e di un'attenzione direi maniacale alla relazione umana. È un modo di lavorare che abbiamo



condiviso con la nostra rete di concessionari e che sta dando risultati importanti.

Nel primo quadrimestre 2021, infatti, abbiamo venduto 21.109 BMW e 7.063 MINI per un totale di Gruppo che arriva a 28.172 unità, una performance che ci ha permesso di crescere nei confronti del 2019 in termini di segment share nel mercato premium con BMW, con una quota del 25,4%, e di essere stabili con MINI all'8,5%.

Positiva anche la situazione di BMW Motorrad che nel quadrimestre ha venduto 6.575 unità mantenendo la leadership del segmento over 500cc con una quota del 23,1%, in crescita sia rispetto al 2020 che al 2019.

Nelle prossime settimane saremo impegnati in lanci strategicamente determinanti, con un chiaro focus sull'elettrificazione e con l'introduzione sul mercato di modelli capaci di cambiare il paradigma della mobilità in termini di innovazione, design, connettività e sostenibilità. Mi riferisco alla BMW iX e alla BMW i4 che arriveranno sul mercato in autunno.

Ma oggi siamo qui per parlare dell'altro lato del mondo BMW, il brand M, quello dell'emozione sportiva pura!

Grazie all'ennesimo record di vendite, la divisione BMW M GmbH ha proseguito la sua crescita anche lo scorso anno.

Nonostante gli effetti della pandemia di Coronavirus sul mercato, il numero di automobili BMW M vendute nel mondo è aumentato del 6 per cento fino a raggiungere le 144.218 unità, rafforzando in modo significativo la leadership di mercato rispetto ai competitor, un primato conquistato per la prima volta nel 2019.



L'incremento delle vendite è stato guidato dal successo dei modelli BMW X5 M e BMW X6 M. Mi piace anche sottolineare come i modelli M Performance sviluppati per la nuova BMW Serie 3 e la nuova BMW Serie 4 abbiano contribuito in maniera decisiva all'incremento delle vendite della Divisione M.

Grazie ai potenti propulsori in linea a sei cilindri, benzina e diesel, alla messa a punto specifica delle sospensioni e alle caratteristiche di design esclusive, BMW Serie 3 Berlina, BMW Serie 3 Touring e BMW Serie 4 Coupé hanno assicurato l'inconfondibile "M experience" in questa fascia di mercato, coniugando prestazioni dinamiche e confort di marcia in modo unico.

Anche in Italia abbiamo fatto segnare prestazioni record, raggiungendo le 1.942 unità nel 2020, conseguendo per la prima volta la leadership di mercato rispetto ai tradizionali competitor.

Il primo quadrimestre 2021 ha conservato un andamento positivo nel nostro Paese. Abbiamo, infatti, mantenuto la leadership, in un mercato molto competitivo, con 789 unità vendute di vetture M ed M Performance.

Il mercato italiano si è distinto a livello di Gruppo anche per due nuove iniziative che abbiamo recentemente avviato e che sono state accolte con grande entusiasmo: il progetto M Level Challenge e il campionato monomarca BMW M2 CS Racing Cup Italy.

Mi fa piacere citarli entrambi perché testimoniano come il nostro approccio sia davvero "Phygital", cioè fisico e digitale. Perché l'esperienza dei clienti oggi è per definizione omnicanale e noi dobbiamo essere capaci di



coinvolgerli partendo da ogni touchpoint e accompagnarli nella loro customer journey fino alla fine.

Con M Level Challenge abbiamo creato quello che si definisce uno "storytelling contest" dove abbiamo chiesto alle persone di mettersi in gioco e proporsi per una sfida dove si devono confrontare per conquistare un premio esclusivo: guidare una M4 per due settimane e provare la BMW M2 CS in pista, diventando di fatto M Ambassador.

La risposta è stata straordinaria: 4 mila persone hanno proposto la loro candidatura sul nostro sito. Il 26 e 27 maggio proprio qui a Misano i migliori 100 si sfideranno in autodromo per arrivare alla finale del 2 luglio a Varano dove i 12 "top driver" si contenderanno il titolo di M Ambassador. Un entusiasmo travolgente per il nostro brand sportivo per eccellenza.

Lo stesso entusiasmo che si percepisce nel nostro campionato BMW M2 CS Racing Cup Italy. Qui il DNA sportivo della marca raggiunge la sua massima espressione per la gioia di piloti e appassionati che hanno trovato un campionato di livello straordinario e di performance assolute.

Si tratta, infatti, di una novità all'interno nel panorama del Motorsport italiano. Il campionato rappresenta un palcoscenico di prestigio per Team e piloti ambiziosi che si dedicano all'automobilismo sportivo e apre la strada a giovani di talento, che hanno l'occasione di mettersi alla prova e testare le proprie capacità di guida in pista.

La stagione inaugurale del BMW M2 CS Racing Cup Italy vede 16 team sfidarsi in 6 appuntamenti sulle piste dei più celebri circuiti nazionali: Monza (che ha inaugurato la serie nel weekend del primo maggio) poi Misano, Mugello (2 tappe), Imola e infine Vallelunga.



Protagonista indiscussa della competizione è la BMW M2 CS Racing. Spinta da un motore a sei cilindri in linea con tecnologia BMW M TwinPower Turbo che, con una cilindrata di 2.979 cc nella versione da corsa, raggiunge una potenza di 450 CV. La coppia massima di 550 Nm viene trasmessa alle ruote posteriori tramite un cambio a doppia frizione a 7 rapporti, appositamente configurato per le competizioni.

Vi invito a venire a vedere una delle prossime gare perché sono mozzafiato e il divertimento è assicurato!

Vorrei chiudere questo breve intervento parlando di novità. Il 2021 si è aperto con la BMW M5 CS, che abbiamo svelato a gennaio per poi passare al lancio sul mercato della nuova BMW M3 Berlina e della nuova BMW M4 Coupé che oggi avrete modo di conoscere nei dettagli e di provare in pista.

Ma oggi siamo qui anche per parlare del marchio M sulle due ruote. BMW Motorrad ha già introdotto la strategia di successo dell'offerta di veicoli M alla fine del 2018 per le moto e da allora offre accessori opzionali M e parti M per aumentare le prestazioni.

La nuova BMW M 1000 RR – che trovate qui esposta – (il primo modello M di BMW Motorrad basato sulla S 1000 RR) ha celebrato la sua première mondiale a settembre dello scorso anno e adesso è pronta per il debutto sul mercato che avverrà entro l'estate.

In questa ottica, BMW Motorrad segue la filosofia della lettera più forte del mondo: con una potenza del motore di 156 kW (212 CV), un peso del motociclo ridotto a soli 192 kg e sospensioni e aerodinamica progettate per le massime prestazioni in pista, la nuova M RR soddisfa le principali aspettative nel segmento top delle Superbike.



E cosa possiamo attenderci domani dal marchio M? In futuro, i desideri della M Community saranno soddisfatti da una straordinaria offerta: ogni variante con il classico cambio manuale sarà integrata da un modello Competition con trasmissione M Steptronic a 8 velocità con Drivelogic.

Inoltre, dall'estate, il sistema a trazione integrale M xDrive si aggiungerà per la prima volta agli optional sia per la BMW M3 che per la BMW M4, mentre la prima BMW M3 Touring è ancora in fase di sviluppo e dovrete attendere ancora un po' prima di vederla.

Ma ci spingeremo anche oltre. Proporremo, infatti, un'interpretazione completamente nuova del caratteristico M feeling. L'elettrificazione sarà la base di partenza. Durante il 2021, la nostra divisione BMW M GmbH presenterà per la prima volta un'automobile ad alte prestazioni a propulsione elettrica.

Il 2022 sarà poi l'anno in cui la BMW M GmbH festeggerà i suoi 50 anni e vi anticipo già che sarà pieno di sorprese.

Ma adesso è venuto il momento di immergersi nel mondo delle nuove BMW M3 ed M4 e poi provare l'emozione della lettera più potente del mondo in pista.

Vi ringrazio dell'attenzione e lascio la parola ad Alessandro Toffanin.



Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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 4 società che danno lavoro a 1.000 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-group/>