



Comunicato stampa
7 luglio 2021

Speech di Massimiliano Di Silvestre, Presidente e AD di BMW Italia S.p.A in occasione del lancio nazionale della Nuova BMW iX – 5 luglio 2021

Milano. "Signore e signori buongiorno e benvenuti alla presentazione della Nuova BMW iX.

Non poteva esserci location più adatta ad ospitare l'anteprima della nuova BMW iX del museo ADI del Compasso d'Oro che ci ospita e che raccoglie una collezione inimitabile di oggetti iconici, che hanno segnato il nostro tempo.

Un'auto born electric, innovativa nel design, nella tecnologia e nell'esperienza di bordo. In questa fase di transizione energetica e tecnologica abbiamo l'ambizione di assurgere la nostra iX a icona della mobilità sostenibile del nostro tempo.

La capacità di innovazione del Gruppo BMW è da sempre in relazione con i nuovi bisogni e le aspettative delle persone, e non ci riferiamo solo alla mobilità.

Come si evince dal film della campagna di lancio della BMW iX, ci sono valori che sono fondamentali per noi: la diversity, il dialogo interculturale, la sostenibilità ambientale e sociale.

Questi valori riflettono il nostro modo di interpretare la mobilità delle persone, nello stile, carattere, tecnologia, connettività, in una nuova interpretazione del lusso, senza mai perdere di vista la capacità di divertire e di emozionare.

Attualmente, la protezione del clima rappresenta una delle sfide più grandi e importanti per l'umanità ed è un'altra area in cui possiamo - e vogliamo - fare la differenza in modo mirato. La neutralità climatica ci spinge ad agire.

Per questo motivo la sostenibilità e la gestione responsabile delle risorse sono tematiche fondamentali per il BMW Group.

Quanta energia consumiamo?

Quante risorse?

Per cosa le utilizziamo?

Ogni modello di business dovrà rispondere a queste domande in futuro. L'umanità impiega ogni anno ancora più di 100 miliardi di tonnellate di



materie prime che provengono dalla terra: questa non può essere una soluzione a lungo termine. Le nostre auto elettriche sono progettate in modo olistico per essere sostenibili. E questo implica strategie condivise con tutti i nostri partner per raggiungere gli obiettivi fissati nell'intera catena del valore.

Lavoriamo per rendere sostenibile anche il nostro modello di business per continuare a garantire costanti investimenti in ricerca e sviluppo (come fatto negli ultimi anni) e continuare a plasmare la mobilità del futuro.

È una sfida importante, ma noi la stiamo affrontando con gradi energie e risorse, basti pensare ai 30 miliardi stanziati fino al 2025 per l'elettrificazione della nostra gamma.

Per BMW non esiste premium senza sostenibilità ed il nostro approccio alla mobilità sostenibile parte da lontano, quasi 50 anni fa:

- Nel 1973 abbiamo creato un ufficio di protezione ambientale a Monaco di Baviera
- Nel 2001 abbiamo pubblicato il primo rapporto di sostenibilità
- Nel 2007 abbiamo lanciato Project i che poi ha portato alla nascita del Brand BMW i e nel 2013 al debutto sul mercato della BMW i3, avviando quindi il processo di elettrificazione della gamma
- Nel 2020 siamo stati riconosciuti leader mondiale nella sostenibilità del settore automotive dal Dow Jones Sustainability indexes
- Da quest'anno abbiamo integrato il rapporto di sostenibilità nel bilancio dell'azienda per maggiore trasparenza, autorevolezza e come chiaro segno di approccio olistico al tema
- Nel 2030 vogliamo ridurre di un terzo le emissioni di CO2 su tutta la catena del valore rispetto al 2019
- Dal 2050 adotteremo un business model neutro dal punto di vista climatico.

I nostri obiettivi si estendono ora all'intero ciclo di vista del prodotto: dalla scelta di energia pulita, alla catena di approvvigionamento, dalla produzione fino al recycling completo del prodotto. Ecco perché, l'impronta ecologica di un fornitore sarà il criterio decisionale fondamentale nei processi di aggiudicazione degli appalti. Siamo il primo produttore di automobili a stabilire obiettivi concreti in questo senso per i fornitori.

Ci siamo posti dei chiari obiettivi di decarbonizzazione da qui al 2030.



Abbiamo tre numeri chiave: 80-40-20. Sono le percentuali di riduzione di CO₂ (vs 2019) rispettivamente delle emissioni in fase di produzione, in fase di utilizzo dell'auto e della nostra supply chain.

Impiegheremo la tecnologia per evitare di produrre oltre 200 milioni di tonnellate di CO₂ entro il 2030, 20 volte di più di quanto una città con più di un milione di abitanti, come Milano, emetta in un anno.

La mobilità sostenibile è un tema rilevante che la pandemia ha ulteriormente enfatizzato e reso prioritario. L'automobile è tornata centrale nella vita delle persone come mezzo di trasporto sicuro e fondamentale per la mobilità individuale e delle proprie famiglie.

Ecco perché l'offensiva elettrica è fondamentale e noi stiamo accelerando nel momento esatto in cui la domanda cresce, dopo essere stati pionieri con il lancio della BMW i3 nel 2013.

Abbiamo una strategia in tre fasi e attualmente siamo in un momento di transizione che prevede l'elettrificazione della gamma esistente.

Dal 2025 la nostra produzione partirà direttamente dal modello elettrico per poi offrire le altre varianti (diesel, benzina, plug-in, mild-hybrid) come alternative: un vero e proprio ribaltamento del paradigma rispetto a oggi.

Entro la fine del 2021, offriremo cinque veicoli di produzione completamente elettrici: alla BMW i3, MINI Cooper SE e BMW iX3 già disponibili sul mercato, si aggiungeranno la BMW iX, che presentiamo oggi, e la BMW i4. Entrambe arriveranno sul mercato nell'ultimo trimestre dell'anno.

L'elettrificazione verrà implementata poi in tutta la gamma dei nostri modelli in futuro. Ulteriori esempi saranno la BMW Serie 7, la BMW X1, la BMW Serie 5, la MINI Countryman che tra non molto saranno anch'esse disponibili nella variante elettrica pura.

Entro il 2023, infatti, avremo 25 modelli elettrificati in gamma, 13 dei quali completamente elettrici che ci consentiranno di coprire il 90% dei nostri principali segmenti di mercato.

Alla fine del 2025 avremo venduto a clienti finali circa 2 milioni di automobili elettriche pure che saliranno a 10 milioni entro i prossimi 10 anni, quando ci aspettiamo che la metà delle nostre vendite sia costituito da auto fully electric.

Per quella data, poi, il brand MINI avrà una gamma di sole automobili a batterie e saremo presenti con un modello elettrico puro in tutti i segmenti di mercato che presidiamo oggi.

E infatti oggi siamo qui per entrare in questa nuova fase della nostra strategia e presentarvi la nuova BMW iX, una vettura "born electric".



Un'automobile innovativa in termini di:

- Piattaforma elettrica
- Design e tecnologia
- Interni
- Dettagli di lusso

Ma è arrivato il momento di svelarla e di introdurre i nostri esperti per fare un viaggio affascinante alla scoperta della nuova BMW iX, un'auto che testimonia come la nostra volontà di proporre al mercato la vettura più green in assoluto non sia un sogno ma una realtà!

Ecco a voi la nuova BMW iX!

Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin

BMW Product Communications

Tel. +39 0251610308

Mail: alessandro.toffanin@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/>