



Comunicato stampa
18 gennaio 2022

**Discorso di Massimiliano Di Silvestre, Presidente e
Amministratore Delegato di BMW Italia – Press
conference House of BMW**

Buongiorno a tutti signore e signori e buon anno!

La nostra tecnologia, il nostro design, i nostri valori, la bellezza, l'innovazione ed il digitale nonché l'approccio sostenibile e circolare incontrano qui la relazione umana di alto livello in un luogo raffinato, caldo, accogliente e di lusso. **È il luogo dove l'approccio "on life", capace di coniugare l'esperienza digitale e quella umana, può trovare la sintesi efficace.**

È uno spazio innovativo, un concept tutto italiano, dove Hi-Tech e Hi-Touch trovano la loro combinazione ideale. Questo è il nostro modo di preparare la strada per la mobilità urbana premium del futuro.

E infatti, non a caso, abbiamo voluto aprire questo incontro con il video della BMW iX Flow, la straordinaria tecnologia che consente a una vettura di cambiare colore, presentata al CES di Las Vegas e applicata per la prima volta, in fase sperimentale, sulla nostra BMW iX appena lanciata sul mercato.

Con la BMW iX Flow abbiamo presentato **la prospettiva di una tecnologia innovativa che utilizza la digitalizzazione** per adattare anche l'esterno dell'auto alle preferenze di ognuno. La superficie della BMW iX Flow può cambiare tonalità su richiesta del conducente. **I fluidi cambiamenti di colore** sono possibili grazie ad un **rivestimento** sviluppato appositamente per la carrozzeria della BMW iX. Tramite un impulso elettrico, **la tecnologia elettroforetica** porta in superficie diversi pigmenti di colore, facendo assumere alla carrozzeria la colorazione desiderata.

L'innovativa tecnologia E Ink apre nuove strade per le modifiche all'aspetto del veicolo in base alle preferenze estetiche del conducente, alle condizioni ambientali o anche alle esigenze funzionali. La tecnologia offre quindi un'opportunità di personalizzazione del design esterno senza precedenti. In questo contesto, stiamo guidando lo sviluppo tecnologico in modo che una

nuova forma di personalizzazione possa essere sperimentata sia all'esterno che all'interno dei futuri veicoli.

High tech e high touch per noi vuol dire esattamente questo. **Utilizzare la tecnologia per essere più vicini alle esigenze delle persone.** Saper mettere a frutto la ricerca per venire incontro ai desideri dei nostri clienti, anticipandone i sogni e le aspirazioni.

La nostra House of BMW ha l'ambizione di comunicare i valori della marca attraverso le esperienze fatte su un terreno relazionale aperto all'esplorazione di nuove sensibilità e capace di dialogare costantemente con tutti gli interlocutori. Con un approccio rinnovato siamo pronti alle opportunità del nuovo mercato, rendendo il rapporto con il Cliente moderno e sostenibile da tutti i punti di vista. Una grande sfida che ci appassiona con al centro l'uomo.

Questo approccio, ad un nuovo "umanesimo", nasce anche dalla consapevolezza che sarebbe un errore dare per scontato che il nostro posizionamento di Brand sul mercato tradizionale si possa riflettere automaticamente sul nuovo mercato dell'elettrificazione.

Siamo su una nuova griglia di partenza insieme a competitors storici e nuovi dell'automotive, sicuramente con un patrimonio di valori, competenze e tecnologia molto importante. Questo patrimonio deve essere il nostro punto di forza, differenziante dagli altri, ma con la consapevolezza che solo attraverso un'evoluzione dello schema di gioco e delle risorse in campo, si potrà continuare ad avere grande successo. **Così, il nostro ruolo e quello dei venditori si fa ancora più irrinunciabile. Processi di vendita statica e dinamica ad hoc, per le elettriche, devono essere attuati con disciplina e competenza per orientare il mercato e dare certezze ai Clienti.**

Non tornerò in questa sede sui temi dell'economia circolare perché ne abbiamo discusso ampiamente insieme nel corso dell'ultimo incontro dello scorso anno. Ovviamente, restano centrali anche per il 2022. Oggi vorrei, invece, fare il punto sui programmi futuri e fare un bilancio finale del 2021.

Nel 2022 abbiamo un'offensiva di prodotto e tecnologia straordinaria.

A partire dalla attesissima nuova Serie 2 Active Tourer esposta in anteprima italiana qui nella nostra House of BMW.

La seconda generazione di questa vettura emana **un dinamismo ed uno stile deciso grazie ad design pulito e accattivante.** I suoi interni totalmente ridisegnati combinano varie possibilità di utilizzo con uno stile moderno e un BMW Curved Display introdotto sulla BMW iX. Inoltre, la

nuova Serie 2 Active Tourer è all'avanguardia in materia di motorizzazioni, assistenza alla guida e connettività.

La semplice funzionalità, il profilo innovativo e l'equipaggiamento di serie - che supera ampiamente quello del modello precedente e si distingue dai concorrenti - faranno della nuova BMW Serie 2 Active Tourer una proposta particolarmente attraente per i consumatori più attivi e amanti del lifestyle, soprattutto nel nostro mercato.

Il lancio è previsto per il 26 febbraio. Sarà costruita nello stabilimento BMW di Lipsia e la sua struttura è progettata sia per motori a combustione sia per sistemi di propulsione elettrificati. Versione ibrida plug-in da Luglio. Anche una nuova versione della tecnologia Mild Hybrid 48V debutta nelle versioni a benzina della BMW Serie 2 Active Tourer. Il motore elettrico integrato nel cambio automatico supporta il motore a combustione con un boost di potenza di 19 CV.

Avrete modo di provarla e di apprezzarne design e qualità dinamiche e tecnologiche nel corso delle presentazioni internazionali e nazionali che abbiamo pianificato per questo modello nei prossimi giorni.

All'inizio di dicembre dello scorso anno abbiamo stabilito, a livello mondiale, un traguardo importante nella nostra trasformazione e consegnato il milionesimo veicolo elettrificato.

In Italia, in un mercato che ha avviato la crescita nel settore solo in tempi recenti, abbiamo contribuito significativamente con oltre 25 mila unità vendute fino ad oggi (dal lancio della BMW i3 nel 2013).

Ma questa è stata soltanto la prima pietra miliare del nostro cammino verso la mobilità sostenibile e abbiamo già individuato il prossimo obiettivo.

Grazie alla costante crescita della nostra gamma di prodotti elettrificati, infatti, ci poniamo target di vendita ambiziosi: nel 2022, puntiamo a raddoppiare le vendite dello scorso anno sia a livello globale che in Italia.

Come lo faremo? Attraverso nuovi prodotti all'avanguardia.

Con la BMW iX M60, abbiamo recentemente presentato al CES di quest'anno il veicolo elettrico più potente e più veloce in gamma.

La BMW iX M60 è la prima BMW ad alte prestazioni sviluppata dalla Divisione M fin dall'inizio per la mobilità completamente elettrica. Con la sua potenza di sistema di 619 CV erogata da due motori elettrici, la trazione integrale elettrica e il tuning del telaio specifico M, la BMW iX M60 inaugura una fenomenale esperienza prestazionale nell'ambito della mobilità a zero emissioni locali, accelerando da ferma a 100 km/h in soli 3,8 secondi.



In sintesi, la BMW iX M60 combina il concept di un veicolo fortemente orientato alla sostenibilità con il design di un moderno Sports Activity Vehicle e una dinamica di guida ai massimi livelli. In questo modo, il veicolo incarna il meglio di tre mondi: BMW i, BMW X e BMW M. Ordinabile da domani con produzione Marzo.

La BMW XM, invece, presentata in forma di concept lo scorso anno, sarà un'espressione del futuro del brand e sarà l'auto della gamma M più potente mai prodotta in serie con 750CV. Sarà costruita a partire dalla fine del 2022 nello stabilimento del BMW Group di Spartanburg, negli Stati Uniti, proprio per celebrare il 50° anniversario del sub- brand M.

La BMW XM sarà disponibile in forma ibrida plug-in, solo come modello M. Introdurrà **una visione altamente progressiva e distintiva del design e una nuovissima forma di lusso e senso dello spazio per gli interni.**

Entro fine anno la nostra linea di prodotti elettrificati si espanderà inoltre, sia con il lancio della nuovissima **BMW i4 (tra poche settimane) che includendo versioni completamente elettriche della BMW Serie 7 e della BMW X1.**

Ma stiamo lavorando con un approccio unico sul mercato anche in tema di tecnologia. Prima abbiamo parlato della BMW iX Flow che cambia colore. Ma già oggi i clienti possono **vivere esperienze sonore uniche a bordo delle nostre auto elettriche che spaziano dal piacere del silenzio alle prestazioni dinamiche e sportive.**

E ora, grazie al suono di guida tipico del brand, il piacere della guida urbana senza emissioni acquista ancora più profondità. **BMW IconicSounds Electric** introdurrà nuove e ricche colonne sonore nella linea dei modelli BMW. Colonne sonore nate da una collaborazione tra il BMW Group e il compositore anche cinematografico Hans Zimmer. **I nuovi suoni riflettono le specifiche prestazionali del sistema di propulsione del veicolo** e le qualità di una BMW elettrificata in modo completamente nuovo e autentico.

I BMW IconicSounds Electric saranno disponibili per la prima volta nella BMW i4 a partire dalla prima metà del 2022 e poi anche per la BMW iX nella seconda metà del 2022. Possono essere importati in veicoli adeguatamente equipaggiati tramite i Remote Software Upgrade.

I suoni creati da BMW IconicSounds Electric **varieranno a seconda dei My Modes** scelti dal guidatore. Le impostazioni Personal, Sport ed Efficient, già disponibili negli attuali modelli BMW, saranno affiancate per la prima volta dai nuovi My Modes Expressive e Relax, con colonne sonore diverse da

abbinare. Allo stesso modo, i modelli BMW M elettrificati, saranno dotati di versioni BMW IconicSounds Electric appositamente sviluppate.

Passando alle due ruote, questo sarà l'anno del lancio dello scooter BMW CE 04 che segna una nuova pietra miliare nella mobilità elettrica, ma anche dei modelli BMW K 1600 e di tante altre novità straordinarie della gamma BMW Motorrad!

Da ultimo, consentitemi una panoramica sui risultati dell'anno che si è appena concluso, partendo dai risultati globali anticipati la scorsa settimana.

Il BMW Group ha registrato una solida crescita delle vendite su base annua dell'8,4% lo scorso anno, con un totale di 2.521.525 veicoli BMW, MINI e Rolls-Royce consegnati ai clienti in tutto il mondo.

Le vendite di BMW hanno raggiunto il nuovo massimo storico di 2.213.795 unità (+9,1%) conquistando la leadership nel segmento premium globale. Inoltre, abbiamo più che raddoppiato le vendite di veicoli completamente elettrici nel 2021 raggiungendo le 103.855 unità (+133,2%).

Con un totale di 163.542 veicoli M (+13,4%) consegnati ai clienti, BMW M GmbH ha fatto registrare ancora una volta il record di vendite.

Nel 2021, il 13% dei veicoli BMW e MINI venduti nel mondo – per un totale di 328.316 unità (+70,4%) – erano già elettrificati. In Europa siamo al 23 per cento (225.415 unità).

Il marchio MINI ha consegnato ai clienti 302.144 veicoli l'anno scorso, il 3,3% in più rispetto al 2020. Circa il 17% di questi veicoli aveva una trasmissione elettrificata. Più di un cliente MINI su dieci ha optato per la MINI completamente elettrica: la MINI Cooper SE con 34.851 unità vendute è quindi il modello di maggior volume nella famiglia MINI.

Rolls-Royce Motor Cars ha registrato le vendite più alte dei suoi 117 anni di storia, con 5.586 unità vendute in tutto il mondo (+48,7%).

Con 194.261 unità (+14,8%) consegnate ai clienti, il 2021 è stato l'anno migliore di sempre anche per BMW Motorrad.

Per quanto riguarda l'Italia, abbiamo confermato la leadership del Gruppo nel segmento Premium con 69.598 unità dei marchi BMW e MINI (+11% vs 2020). Nel mercato delle vetture elettrificate, con 10.390 unità (7.087 BMW e 3.303 MINI) siamo cresciuti del 95% vs 2020 e deteniamo

una quota di quasi il 30% nel mercato premium. Una vettura elettrificata su tre venduta è quindi del nostro Gruppo!

Analizziamo ora le performance dei vari brand partendo da BMW.

Il marchio BMW con 51.279 unità ha fatto segnare una crescita dell'11,4% rispetto al 2020 con una quota del mercato premium salita al 25% (+1,4 vs 2019 e +0,4 vs 2020). Queste performance collocano il nostro brand in posizione di leadership nel mercato premium italiano, considerando che il Brand BMW non è presente nel segmento delle "piccole premium", segmento che presidiamo con il brand MINI.

Analizzando i vari segmenti, ci tengo a sottolineare alcune performance delle linee di prodotto. Mi riferisco alla leadership di Serie 1 tra le compatte, di X1 e X2 nel segmento dei SUV di piccole dimensioni, di X3 e X4 nel segmento dei SUV di medie dimensioni, di Serie 4 nelle Coupé e Cabrio, di Serie 3 e Serie 5 nella carrozzeria berlina e di X7 nei SUV di alta gamma. Eccellenti anche le performance di X5 e X6.

Il brand BMW M, che identifica da sempre le nostre vetture a più elevate prestazioni, ha confermato la leadership di mercato anche nel 2021 con 2.147 vetture M ed M Performance vendute, in crescita sia rispetto al 2020 che rispetto al 2019 (rispettivamente del 12,5 e del 53,5%).

Passiamo ora al brand MINI.

MINI ha raggiunto le 18.319 unità, facendo segnare un +10,4% rispetto ai precedenti dodici mesi con una segment share nel mercato premium stabile all'8,9%.

Se diamo uno sguardo alle performance delle varie carrozzerie:

- MINI 3-5 porte è leader nel segmento delle piccole con il 52%
- MINI Countryman è leader nel suo segmento di riferimento
- MINI BEV rappresenta il 34% del totale delle MINI 3 porte vendute
- La gamma JCW nel 2021 ha raggiunto il volume di immatricolato più alto degli ultimi 4 anni con 691 unità, rappresentando il 4% dell'intera gamma MINI.

E last but not least, chiudiamo con un record storico!

La divisione BMW Motorrad, con 16.006 unità (+18,5% vs 2020) ha fatto registrare il miglior risultato di sempre nel nostro Paese, confermando la leadership nel segmento over 500cc con una quota di mercato del 19,4%.



Grazie a questa eccellente performance l'Italia si è classificata terza tra i mercati mondiali del BMW Group dietro soltanto a Germania e Francia. La BMW GS con 6.461 unità delle sue due versioni si è confermata la regina delle moto over 500cc nel mercato italiano anche nel 2021.

Ci tengo a ringraziare i team di BMW Italia che ci hanno consentito di raggiungere questi risultati straordinari, insieme alla nostra rete di concessionari che ancora una volta ha saputo raccogliere e vincere le sfide che il mercato e le situazioni contingenti ci hanno portato ad affrontare.

Insieme a loro abbiamo saputo cambiare l'approccio strategico negli ultimi due anni, riportando i nostri brand in una posizione di leadership non solo dal punto di vista dei volumi, ma anche della qualità del business, riconducendo gli stock a livelli corretti, lavorando con una costante attenzione al cliente e alle sue esigenze e assicurando la profittabilità sia nostra che dei nostri partner.

Nel 2022 intendiamo continuare sulla strada tracciata, lanciando gli straordinari prodotti che avremo a disposizione con una maniacale attenzione al cliente e alla relazione umana che oggi più che mai fa la differenza. E il luogo dove ci troviamo ce lo ricorda ogni giorno!

Dal punto di vista numerico, nel nostro Paese ci attendiamo una crescita a livello di Gruppo nel 2022 che gli inglesi definirebbero "high single digit or low double digit" a seconda dell'evoluzione del mercato e degli elementi esogeni che lo possono influenzare.

Il filosofo Kierkegaard diceva che la speranza è la passione per il possibile. A noi piace lavorare con serietà e passione ogni giorno perché il possibile diventi una realtà. E per noi di BMW Italia la realtà è confermare e far crescere la leadership del Gruppo e dei nostri straordinari brand nel nostro Paese.

Grazie per l'attenzione.

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 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 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 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-group/>