



Comunicato stampa
8 aprile 2022

Il BMW Group accelera il ritmo di crescita dell'elettromobilità. Le vendite di veicoli completamente elettrici sono più che raddoppiate nel primo trimestre

- Il BMW Group ha venduto un totale di 596.907 unità nel primo trimestre
- Il mercato statunitense cresce del 3,7% con 80.590 veicoli BMW e MINI venduti
- Le vendite di BEV nel primo trimestre aumentano del 149%
- Pieter Nota: "Il nostro obiettivo è espandere l'elettromobilità. Siamo sulla buona strada per raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi di crescita per i veicoli completamente elettrici nel 2022"
- L'azienda traccia la rotta per il futuro modello di vendita europeo

Monaco. Rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, il BMW Group ha più che raddoppiato le vendite di veicoli BMW e MINI completamente elettrici in tutto il mondo nel primo trimestre del 2022 (+149,2%). In questi primi tre mesi, l'azienda ha venduto un totale di 596.907 veicoli BMW, MINI e Rolls-Royce. Il BMW Group è stato in grado di soddisfare le diverse esigenze dei suoi clienti in tutto il mondo grazie al suo ampio portafoglio di propulsori, che con tecnologie all'avanguardia riescono ad avere un impatto positivo sull'ambiente. Rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, che è stato il primo trimestre più positivo nella storia dell'azienda, le vendite hanno mostrato un moderato calo (-6,2%). Dopo un forte inizio d'anno in un contesto altamente volatile, gli effetti combinati della situazione geopolitica in Europa orientale e del lockdown dovuto al Covid in Cina hanno ostacolato la crescita degli affari nel corso del trimestre. L'azienda nel complesso ha assorbito bene questi shock.

"Il nostro chiaro obiettivo è il potenziamento l'elettromobilità. Nel primo trimestre, abbiamo accelerato ulteriormente il ritmo di crescita dal 2021 e siamo sulla buona strada per raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi di sviluppo per i veicoli completamente elettrici nel 2022", ha dichiarato **Pieter Nota**, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, responsabile Customer, Brands, Sales. "La domanda per i nostri innovativi ed entusiasmanti prodotti con una vasta gamma di propulsori per tutte le esigenze, rimane elevata a livello globale. Grazie alla nostra solida linea di prodotti, all'alto livello di flessibilità ed eccellenza operativa, ci aspettiamo che le vendite per l'intero anno 2022 eguaglino quelle dello scorso anno, nonostante il complesso contesto mondiale", ha continuato **Nota**.

L'azienda traccia la rotta per il futuro modello di vendita europeo

Con l'introduzione della BMW iX e della BMW i4, il BMW Group ha già notevolmente ampliato la digitalizzazione della relazione con i clienti, favorendo una commercializzazione delle due ammiraglie tecnologiche basata su personalizzazione ed efficacia. Tutto ciò si è tradotto in un elevato numero di ordini per entrambi i veicoli.

Con la nuova strategia di vendita e marketing, l'azienda mette la customer experience al centro delle sue attività. Il prossimo passo del BMW Group sarà quello di rispondere alle mutevoli aspettative dei clienti, alla crescente digitalizzazione e all'aumento delle vendite di veicoli online. "Per l'Europa, crediamo che il futuro sia in un nuovo modello di agenzia paneuropeo. Il nostro obiettivo è creare un rapporto diretto che fidelizzi il cliente, offrendo un'esperienza end-to-end premium e fluida, sia digitale che fisica", ha spiegato Nota. Il BMW Group sta ora elaborando i dettagli di questo nuovo modello con i suoi rivenditori partner europei. "Vogliamo che il nostro futuro modello di vendita per l'Europa sia vantaggioso per tutte le parti coinvolte: per noi, per i nostri partner e, soprattutto, per i nostri clienti", ha continuato Nota.

Il marchio BMW ha venduto oltre mezzo milione di veicoli in tutto il mondo

Grazie alla sua gamma di prodotti innovativi, anche il marchio BMW ha ottenuto buoni risultati nel primo trimestre dell'anno. Il grande interesse dei clienti è comprovato dalla vendita di più di mezzo

milione di veicoli (519.796 unità) in tutto il mondo. La BMW Serie 4, che combina eleganza sportiva e il piacere di guidare caratteristico del marchio, è stata la protagonista di una performance impressionante: con 27.704 unità, le vendite dei primi tre mesi sono quasi raddoppiate rispetto all'anno precedente.

Il BMW Group si concentra sul potenziamento dell'elettromobilità

Nonostante le condizioni difficili, il BMW Group è riuscito ancora una volta a più che raddoppiare le vendite del primo trimestre di veicoli completamente elettrici rispetto all'anno precedente, con un totale di 35.289 veicoli BMW e MINI consegnati (+149,2%). Soprattutto la BMW iX e la BMW i4, che saranno entrambe presto disponibili in tutto il mondo, stanno dando un contributo significativo all'espansione della mobilità elettrica. Nel 2022, l'azienda punta a migliorare ancora i risultati dello scorso anno.

Il BMW Group si sta ponendo obiettivi sempre più ambiziosi per la sua offerta BEV: già quest'anno, compresi i veicoli preserie, l'azienda avrà 15 modelli completamente elettrici in produzione - coprendo circa il 90% dei suoi segmenti di mercato attuali. Oltre ai modelli esistenti come la BMW i4, la BMW iX e la MINI Cooper SE*, troviamo anche quattro modelli BMW di grandi volumi: la BMW Serie 3 e la BMW Serie 5, la BMW X1* e la BMW X3. Anche la nuova BMW Serie 7 giocherà un ruolo chiave nel 2022, dato il lancio della nuova BMW i7*.

Con questa gamma di prodotti in rapida crescita e una forte domanda per i nuovi modelli elettrici, la BMW iX e la BMW i4, il BMW Group si aspetta che le vendite dei suoi veicoli completamente elettrici aumentino significativamente: entro la fine del 2025, l'azienda mira ad averne su strada più di due milioni.

Orientata completamente verso la propulsione completamente elettrica, la Neue Klasse, a partire dalla metà del decennio, darà un contributo significativo ai volumi di vendita del BMW Group.

Il marchio MINI avrà una gamma di prodotti completamente elettrici entro l'inizio del 2030 e Rolls-Royce diventerà un marchio completamente elettrico dal 2030. Anche tutti i futuri nuovi modelli di BMW Motorrad nel campo della mobilità urbana seguiranno la stessa strada, come il BMW CE 04, il nuovo campione elettrico per la città.

La domanda per i prodotti BMW M si conferma elevata

Le vendite di BMW M GmbH sono aumentate leggermente rispetto all'anno precedente (+3,1%), con un totale di 39.055 unità vendute nel primo trimestre, nonostante le carenze di fornitura. La domanda rimane forte. I modelli ad alte prestazioni M3 e M4, lanciati sul mercato l'anno scorso, continuano a godere di grande popolarità. Oltre al successo del lancio sul mercato globale della M240i Coupé* prodotta in Messico, la BMW M GmbH, con i suoi ormai 50 anni di storia, rappresenta un'altra importante pietra miliare: a marzo, è stata introdotta la sua prima versione BMW M Performance completamente elettrica, la i4 M50 Gran Coupé*. Il 2022 sarà un anno speciale per il marchio M, che celebra il suo 50° anniversario il 24 maggio.

Il marchio MINI ha iniziato il primo trimestre con un leggero aumento

Il marchio MINI ha consegnato un totale di 75.487 veicoli nel primo trimestre - leggermente al di sopra (+1,1%) del risultato dell'anno precedente. Nei primi tre mesi del 2022, 8.925 Cooper SE completamente elettriche* sono state consegnate ai clienti in tutto il mondo. Il marchio MINI è già pienamente centrato sulla strada per un futuro completamente elettrico. La nuova MINI 3 porte della prossima generazione di modelli è attualmente in fase di test. La nuova famiglia MINI promette di massimizzare l'esperienza cliente combinando il go-kart feeling con i touchpoint digitalizzati - con una chiara attenzione alla sostenibilità e ad un'impronta ecologica minima.

Rolls-Royce Motor Cars raggiunge circa il 18% di incremento delle vendite

Con 1.624 automobili consegnate ai clienti nei primi tre mesi dell'anno (+17,7%), Rolls-Royce Motor Cars ha raggiunto il più alto risultato di vendite del primo trimestre mai registrato dal marchio nei suoi 117 anni di storia. C'è stata una forte domanda per tutti i modelli, con gli ordini che ora arrivano fino a inizio 2023. L'azienda ha recentemente annunciato la sua prima auto completamente elettrica, la Rolls-Royce Spectre, che arriverà sul mercato nel quarto trimestre del 2023, e che entro il 2030 tutti i prodotti Rolls Royce saranno completamente elettrici.

BMW Motorrad: il solido risultato del primo trimestre conferma il successo della strategia di crescita

Tra gennaio e marzo, BMW Motorrad ha aumentato le sue vendite dell'11,3% fino a 47.403 unità - il suo miglior risultato di vendita di sempre per un primo trimestre. Questa performance conferma il successo della strategia di crescita di BMW Motorrad. Sia la sua irresistibile offerta di prodotti, con una varietà di modelli diversi, sia il lancio sul mercato di diversi nuovi prodotti dovrebbero garantire ancora una volta il successo di BMW Motorrad.

Vendite BMW & MINI nelle regioni/mercati

Lavorando a stretto contatto con i suoi partner cinesi, il BMW Group è riuscito a vendere un totale di 208.507 veicoli (-9,2%) in **Cina** nel primo trimestre, nonostante il contesto difficile. Anche le vendite di modelli completamente elettrici sono andate bene e sono aumentate del 207,9% rispetto all'anno precedente. Oltre alla iX e alla i4, anche la iX3* ha contribuito a questa solida performance.

Negli **Stati Uniti**, le BMW e MINI consegnate sono aumentate del 3,7% per raggiungere le 80.590 unità. Ciò ha permesso all'azienda di mantenere lo slancio nelle vendite registrato lo scorso anno.

In **Europa**, le vendite combinate di BMW e MINI hanno totalizzato 220.076 unità (-7,8%). Con 8.410 veicoli completamente elettrici registrati fino alla fine di marzo 2022, il mercato tedesco ha contribuito in maniera sorprendente all'elettro-offensiva del BMW Group. Nel primo trimestre del 2022, un totale di 61.552 veicoli è stato immatricolato nel mercato nazionale. Anche in **Italia** il BMW Group ha più che raddoppiato le vendite di veicoli elettrici nel primo trimestre rispetto all'anno precedente.

Sintesi vendite del BMW Group nel primo trimestre 2022

	Primo trimestre 2022	Rispetto all'anno precedente %
BMW Group Automotive	596.907	-6,2
BMW	519.796	-7,3
- BMW M GmbH	39.055	+3,1
MINI	75.487	+1,1
BMW Group fully-electric	35.289	+149,2
Rolls-Royce	1.624	+17,7
BMW Motorrad	47.403	+11,3

Vendite BMW & MINI per regioni/mercato

	Primo trimestre 2022	Rispetto all'anno precedente %
Europa	220.076	-7,8
• Germania*	61.552	-9,4
Asia	264.235	-7,9
• Cina	208.507	-9,2
Americhe	98.718	+2,9
• USA	80.590	+3,7

* Cifre di immatricolazione provvisorie

Le cifre di consegna riportate in questo comunicato stampa sono provvisorie e possono cambiare fino alla pubblicazione della dichiarazione trimestrale al 31 marzo 2022. Le note su come vengono calcolate le cifre di consegna si trovano nel BMW Group Report 2021 a pagina 97.

***Dati sul consumo e sulle emissioni:**

MINI Cooper SE: consumo di energia in kWh/100 km combinato: 16,9-14,9 NEDC, 17,6-15,2 WLTP.

BMW iX1: Consumo di energia in kWh/100 km combinati: 18,4-17,3 WLTP (previsione basata sullo stato di sviluppo del veicolo fino ad oggi).

BMW i7: consumo di potenza in kWh/100 km combinati: 19,7-18,9 WLTP (previsione basata sullo stato di sviluppo del veicolo fino ad oggi).

BMW M240i xDrive Coupé: Consumo di carburante in l/100 km combinati: 8,8-8,1 WLTP, emissioni di CO2 in g/km combinato: 200-185 WLTP.

BMW i4 M50: consumo di energia in kWh/100 km combinato: 22,5-18,0 WLTP.

BMW iX3: consumo di energia in kWh/100 km combinati: 18,9-18,5 WLTP.

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 2021 è stato di 16,1 miliardi di Euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

BMW GROUP Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 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/>