



Comunicato stampa
11 settembre 2026

Speech di Sergio Solero, Presidente e AD BMW Italia
Conferenza stampa - Salone Auto Torino 2026

Buongiorno a tutti, e grazie per essere qui.

È un piacere ritrovarci a Torino, in una città che rappresenta una parte essenziale della storia dell'automobile italiana e che, ancora oggi, continua a essere un luogo privilegiato di cultura industriale, creatività e innovazione.

Il Salone Auto Torino porta nuovamente l'automobile nel cuore della città: un contesto aperto, vicino alle persone e capace di mettere in dialogo industria, istituzioni, media e pubblico.

Di questo ringrazio il suo ideatore Andrea Levy e il Comune di Torino.

Per BMW Italia, essere presenti significa anzitutto condividere una visione.

Una visione nella quale **innovazione, neutralità tecnologica, decarbonizzazione, approccio circolare alla mobilità del futuro, piacere di guidare**, ma anche **responsabilità** procedono insieme con una strategia chiara di fondo.

Infatti, non può esistere sostenibilità ambientale senza quella economica e sociale.

E un approccio ideologico rischia di creare più danni che benefici.

L'automobile continua a rappresentare una ricchezza per l'Italia e per l'Europa in termini di valore, posti di lavoro, innovazione e contributo economico.

Per questo va protetta e supportata nella trasformazione che stiamo affrontando.

Oggi desidero affrontare tre passaggi:

- il contesto di mercato, che continua a richiedere lucidità e pragmatismo;
- i tre modelli che abbiamo scelto di presentare qui a Torino;
- e, attraverso di essi, il modo in cui BMW interpreta la trasformazione della mobilità.

Partiamo dal Mercato.

Abbiamo chiuso i primi otto mesi dell'anno a livello di Gruppo in Italia con un segno positivo: **+3%**, conseguenza di un andamento solido di BMW (sostanzialmente in linea con lo scorso anno) e una crescita importante di **MINI (+22%)**.

In totale abbiamo consegnato **quasi 61.000 vetture dei due marchi**.

Anche la performance nel mercato elettrico è in crescita con **oltre 5.500 vetture BMW e MINI (+19%)** e **oltre 8.300 BMW elettrificate (PHEV), in aumento del 24%**.

Sicuramente lo scenario competitivo resta complesso e la situazione macroeconomica e geopolitica mondiale è tutt'altro che rasserenante.

È chiaro che, in uno scenario così articolato, la risposta non può essere l'attesa.

Deve essere la capacità di innovare, di investire con coerenza e, soprattutto, di offrire ai clienti soluzioni concrete.

È esattamente ciò che stiamo facendo.

La nostra strategia non nasce da una previsione astratta del futuro: prende forma in prodotti già presenti sul mercato, in tecnologie industrializzate e in una gamma capace di rispondere a esigenze differenti, attraverso un approccio circolare che coinvolge tutta la catena del valore.

In questa ottica, i tre modelli che presentiamo a Torino raccontano questa strategia da prospettive diverse, ma complementari.

La **BMW iX3** testimonia la forza della Neue Klasse e la concretezza del percorso di elettrificazione.

La **nuova BMW i3** (primo modello della nuova Serie 3) porta uno dei nomi più simbolici della nostra storia in una nuova era.

La **nuova BMW X5** rinnova un'icona che, fin dal 1999, non si è limitata a entrare in un segmento: lo ha creato.

Potremmo dire: tre modelli, una visione.

Partiamo da BMW iX3: il futuro incontra il mercato.

Iniziamo da un dato particolarmente significativo: stiamo per raggiungere il traguardo dei **100.000 nuovi ordini a livello globale**.

Non è soltanto un risultato commerciale importante.

È la conferma che, quando innovazione, desiderabilità e capacità d'uso quotidiana si incontrano, l'elettromobilità sa conquistare la fiducia dei clienti.

I segnali sono chiari.

Dalla prima mondiale della BMW iX3, **una BMW completamente elettrica su tre ordinata in Europa è stata una iX3.**

E, all'interno della famiglia X3, **un ordine su due riguarda già la versione completamente elettrica.**

Dal lancio commerciale della prima BMW i3, alla fine del 2013, abbiamo **consegnato due milioni di veicoli completamente elettrici.**

La BMW iX3 è dunque molto più di un nuovo modello.

È la prova concreta della rilevanza strategica della Neue Klasse: un salto tecnologico che interessa il prodotto, l'esperienza digitale, l'efficienza, la produzione, la sostenibilità lungo l'intero ciclo di vita.

Ma è anche la dimostrazione che la trasformazione diventa credibile quando si traduce in valore percepibile per il cliente: **autonomia, velocità di ricarica, qualità, innovazione e, naturalmente, autentico piacere di guidare.**

Passiamo alla BMW i3: l'essenza della Serie 3 entra in una nuova era.

Questa continuità tra identità e trasformazione ci porta alla nuova BMW i3, il secondo modello della Neue Klasse e la prima BMW Serie 3 completamente elettrica.

Per comprendere davvero il significato di questa vettura, dobbiamo partire

dal valore che la Serie 3 ha per BMW.

Da oltre cinquant'anni rappresenta l'essenza del marchio: **sportività, proporzioni inconfondibili, orientamento al guidatore, progresso continuo.**

È una delle automobili che più hanno contribuito a definire che cosa significhi guidare una BMW.

E, soprattutto, a incarnare il **Piacere di Guidare.**

Ogni generazione ha saputo interpretare il proprio tempo senza perdere il legame con questa identità.

Oggi questa responsabilità passa alla nuova BMW i3.

Non si tratta di trasferire semplicemente un nome storico su una vettura elettrica.

Pertanto, come sapete già, la Serie 3 verrà declinata in varie motorizzazioni, anche con motore termico e plug-in.

Si tratta di reinventare l'esperienza della Serie 3 attraverso la tecnologia della Neue Klasse, mantenendone intatto il carattere, su tutte le motorizzazioni.

Quindi, tranne il powertrain, tutta l'innovazione della Neue Klasse la troveremo anche nelle declinazioni a combustione interna.

La BMW i3 50 xDrive sviluppa una potenza complessiva di **469 cavalli** e una coppia massima di **645 newtonmetri.**

Ma la vera innovazione non si esaurisce nelle prestazioni.

La sesta generazione della tecnologia BMW eDrive, l'architettura a 800 volt, il BMW Panoramic iDrive e il sistema Heart of Joy costruiscono un'esperienza nuova, nella quale dinamica, efficienza e intelligenza digitale operano olisticamente, come un unico insieme.

Anche la capacità di viaggiare compie un salto importante.

I dati provvisori indicano un'**autonomia oltre i 900 chilometri nel ciclo WLTP, e una potenza di ricarica in corrente continua fino a 400 kilowatt.**

In dieci minuti, nelle condizioni previste, è possibile recuperare energia per

percorrere fino a 400 chilometri.

Sono numeri che sostanzialmente annullano la distanza tra mobilità elettrica e utilizzo quotidiano, anche sulle lunghe percorrenze.

La BMW i3 esprime precisamente un principio chiave: **tradizione industriale e futuro non sono in contraddizione**. Quando esiste una visione chiara, possono rafforzarsi reciprocamente.

Per noi, questa è innovazione autentica: non cancellare ciò che siamo, ma renderlo capace di parlare al futuro.

Da ultimo, ma solo per ordine: **BMW X5, dal 1999 l'icona assoluta dei SAV.**

Il terzo modello che presentiamo è un'anteprima nazionale: la nuova BMW X5.

Nel 1999, con la prima X5, BMW non si limitò a presentare un nuovo modello.

Creò un nuovo segmento.

Definì il concetto di Sports Activity Vehicle, combinando versatilità, presenza e comfort con una dinamica di guida che fino ad allora non apparteneva a quel tipo di automobile.

Da quel momento, la X5 è diventata il capostipite della famiglia BMW X e un riferimento globale.

Oggi arriva alla quinta generazione con la stessa ambizione pionieristica.

Il nuovo design è chiaro, monolitico, potente. Le proporzioni classiche di un SAV BMW incontrano il linguaggio stilistico della Neue Klasse, mentre la calandra Iconic Glow verticale e le nuove firme luminose "double-X" ne rendono immediatamente riconoscibile la presenza.

Ma la nuova X5 è soprattutto una **dichiarazione di apertura tecnologica**.

Per la prima volta, un modello BMW viene proposto con **cinque tipologie di propulsione**: benzina, diesel con tecnologia mild hybrid a 48 volt, plug-in hybrid, elettrica a batteria e, in una fase successiva, idrogeno con celle a combustibile.

Una pluralità che riflette il nostro approccio: **obiettivi chiari, innovazione**

continua e soluzioni capaci di accompagnare mercati, infrastrutture e clienti con esigenze diverse.

La produzione continua a Spartanburg, negli Stati Uniti, dove la X5 nasce fin dal 1999.

Anche qui innovazione di prodotto e trasformazione industriale procedono insieme: **la nuova iX5 sarà il primo veicolo completamente elettrico prodotto nello stabilimento di Spartanburg.**

La X5 mostra la sintesi di una leadership costruita nel tempo e rinnovata attraverso l'innovazione.

La nuova X5 torna per assumersi ancora una volta la responsabilità di indicare la direzione.

E concludo: BMW iX3, BMW i3 e BMW X5 sono tre vetture molto diverse. Ma raccontano la stessa idea di progresso.

La **iX3** dimostra che la Neue Klasse è già una realtà riconosciuta dal mercato.

La **i3** rinnova il significato di una delle icone più profonde della nostra storia.

La **X5** conferma che la leadership non consiste nel conservare una posizione raggiunta, ma nel continuare a meritarsela.

In tutte e tre ritroviamo ciò che rende BMW riconoscibile: **tecnologia che produce valore, design con una funzione, centralità del guidatore, libertà di scelta e piacere di guidare.**

Non inseguiamo il cambiamento: lo guidiamo con la solidità di chi investe nel lungo periodo e con l'ambizione di trasformare ogni innovazione in un'esperienza autenticamente desiderabile.

È questo il messaggio che portiamo oggi a Torino.

In un momento complesso per il settore, **crediamo nel valore dell'innovazione, nella forza dell'industria e nella capacità dell'automobile di continuare a generare progresso, emozione e libertà personale.**

Vi ringrazio per l'attenzione.

BMW GROUP Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Product, Technology and Innovation Manager

Telefono: +39 0251610088

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

Media website: www.press.bmwgroup.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 premium. Il BMW Group comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.

Nel 2025, il BMW Group ha venduto oltre 2,46 milioni di automobili e più di 202.500 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2025 è stato di 10,2 miliardi di euro con un fatturato di 133,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2025, il BMW Group contava un organico di 154.540 dipendenti.

Il successo economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 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>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>