

BMW Group, od sześciu lat lider segmentu aut premium w Polsce, po pierwszym półroczu 2016 nadal wyraźnie na prowadzeniu.**Flagowy model BMW, nowa limuzyna serii 7, okazała się najpopularniejszym modelem w klasie.**

Warszawa. Setny rok historii BMW Group przyniósł kolejne bardzo dobre wyniki sprzedaży. W pierwszej połowie 2016 roku marka BMW osiągnęła liczbę 5753 rejestracji, co stanowi 30% wzrostu w stosunku do tego samego okresu poprzedniego roku. BMW utrzymało pozycję lidera w segmencie premium.

Dla MINI pierwsze 6 miesięcy tego roku było wyjątkowo udane. 691 zarejestrowanych modeli stanowi wzrost o 42% w stosunku do liczby rejestracji w pierwszej połowie 2015 roku.

W szczycie sezonu jest BMW Motorrad, które z 791 rejestracjami utrzymuje pozycję lidera w segmencie motocykli pow. 500 cm³, a liczba rejestracji w porównaniu z pierwszą połową ubiegłego roku wzrosła o ponad 11%.

Dla **BMW** najważniejszym sukcesem jest osiągnięcie przez nowe BMW serii 7 pozycji lidera w prestiżowym segmencie limuzyn premium. Do czerwca zarejestrowano 353 modele, co przekłada się na 47% przewagi nad kolejnym konkurentem. BMW serii 7 zostało uznane za najbardziej innowacyjne auto w klasie, m.in. dzięki zastosowaniu takich technologii jak sterowanie gestami, światła laserowe, zdalne parkowanie czy użycie karbonu w konstrukcji. Na przykładzie serii 7 BMW promuje także możliwości personalizacji oferowane przez manufakturę BMW Individual oraz limitowane wersje specjalne: Master Class lub liczącą tylko 100 sztuk edycję „The Next100 Years” powstałą z okazji stulecia firmy. W kolejnych miesiącach klienci mogą spodziewać się kolejnych wariantów flagowej limuzyny BMW: latem pojawi się wersja hybrydowa plug-in iPerformance oraz najmocniejszy diesel marki rozwijający 400 KM w modelach 750d i 750Ld. Pod koniec roku na szczycie gamy stanie potężny wariant M Performance: BMW M760Li z silnikiem V12 rozwijający moc 610 KM.

Najpopularniejszym modelem w portfolio BMW w pierwszym półroczu 2016 roku okazało się BMW X5 z 699 rejestracjami, zwycięzca także za cały rok 2015.



Z kolei przedstawiciele nowego dla BMW segmentu, BMW serii 2 Active oraz Gran Tourer, również znalazły swoje miejsce na rynku z 222 rejestracjami w pierwszym półroczu 2016 roku. Gran Tourer to propozycja dla nowej grupy klientów: oferuje wyjątkowe 7 miejsc, pozwalające komfortowo przewieźć na wakacje całą rodzinę.

BMW zawsze jest w awangardzie zmian na rynku motoryzacyjnym. Reprezentująca innowacyjność i zrównoważony rozwój submarka BMW i osiągnęła w Polsce pozycję lidera wśród aut elektrycznych: do czerwca zarejestrowano 33 modele BMW i3. Marka udowadnia, że samochody elektryczne mogą stanowić wygodny i oszczędny środek transportu w miastach, a z nową wersją o zasięgu zwiększonym o połowę także poza nimi. Rynek aut elektrycznych ma szanse dalszego rozwoju, dlatego BMW w 2016 roku rozszerzy sieć salonów oferujących tego typu pojazdy do 14 w całej Polsce. Z kolei technologie i innowacje wprowadzane przez markę BMW i trafiają teraz do gamy aut plug-in hybrid. Portfolio PHEV pod nazwą iPerformance obejmuje obecnie modele X5 40e, serii 3 330e, serii Active Tourer 225xe oraz dostępną od lata hybrydę plug-in serii 7 oznaczoną symbolem 740Le.

Auta spod znaku M są synonimem sportowych emocji także na polskim rynku. W ubiegłym roku sprzedaż w Polsce aut oznaczonych najmocniejszą literą w motoryzacji podwoiła się. W 2016 gama wzbogaciła się o długo wyczekiwane BMW M2 Coupe, zaś łączny wynik BMW M w Polsce po pierwszych 6 miesiącach tego roku to 92 rejestracje, dwa razy więcej niż w tym samym okresie roku poprzedniego.

Do końca roku w gamie BMW pojawią się ponadto wersje M Performance serii 1 oraz 2 (M140i oraz M240i) otrzymają latem nowy 6-cylindrowy silnik o mocy 340 KM. Również latem na rynek trafi odświeżone BMW serii 3 Gran Turismo.

MINI świętuje 42% wzrost sprzedaży oraz 691 rejestracji. Tak dobre wyniki są efektem nowego portfolio marki, z atrakcyjnymi modelami 3- i 5-drzwiowymi oraz ciepło przyjętą nową generacją MINI Clubmana, która zanotowała 119 rejestracji. Model ten wprowadził MINI do segmentu kompaktowych aut premium, a szczególnie popularny jest wśród małych i średnich przedsiębiorstw. Nowa strategia MINI okazała się więc sukcesem, a kolejne miesiące przyniosą dalsze nowości: limitowaną serię 444 sztuk MINI Countryman Pepper Edition oraz korzystne oferty leasingu dla biznesu oraz klientów indywidualnych MINI Leasing ALL IN.

**BMW Motorrad**

Dział BMW Motorrad także ma powody do zadowolenia. Motocykle BMW są najpopularniejsze w segmencie powyżej 500 cm³ - w pierwszej połowie 2016 roku zarejestrowano 791 maszyn. Wśród nich prym wiedzie seria GS czyli R 1200 GS/Adventure i F 800 GS/Adventure oraz seria S reprezentowana przez S 1000 XR, S 1000 RR oraz S 1000 R. W drugiej połowie 2016 gamę motocykli BMW rozszerzy nowa wersja RnineT Scrambler oraz przedstawiciel nowego dla BMW segmentu o średniej pojemności silnika - model G 310 R.

“W roku naszego jubileuszu znacznie mocniej niż zazwyczaj podkreślamy, jak ważne jest dla nas patrzenie w przyszłość. Nasze wyniki w Polsce pokazują, że takie podejście przynosi sukces rynkowy. Przed nami ekscytujący czas. BMW Group ogłosiło nową strategię Number ONE>NEXT obejmującą kierunki działania do roku 2025 i odpowiadającą na zmieniające się oblicze motoryzacji” – komentuje Paul de Courtois, General Manager BMW Group Polska. – „Jestem szczególnie dumny z pozycji osiągniętej przez BMW serii 7, ponieważ to właśnie w klasie limuzyn premium objawia się przewaga technologiczna i designerska producentów. W takich autach firmy pokazują na co je stać. Cieszę się, że polscy klienci doceniają innowacyjność BMW serii 7.”

O Grupie BMW

Grupa BMW, oferująca trzy marki: BMW, MINI i Rolls-Royce, jest światowym liderem produkcji samochodów klasy premium oraz motocykli, świadcząc jednocześnie luksusowe usługi w zakresie finansów i mobilności. Jako spółka o zasięgu globalnym Grupa BMW prowadzi 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz posiada globalną sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W roku 2015 Grupa BMW sprzedała na całym świecie ok. 2 miliony 247 tys. samochodów i 137 tys. motocykli. Zysk brutto w roku finansowym 2015 wyniósł ok. 9,22 miliarda EUR, zaś przychody 92,18 miliarda EUR. W dniu 31 grudnia 2015 roku Grupa BMW zatrudniała 122 244 pracowników.

Sukces Grupy BMW zawsze opierał się na dalekosiężnym myśleniu i odpowiedzialnym działaniu. Dlatego też integralną częścią strategii spółki jest jej polityka zrównoważenia ekologicznego i społecznego na przestrzeni całego łańcucha wartości, jak również pełna odpowiedzialność za produkt i jasne zobowiązanie do ochrony zasobów.

W przypadku pytań prosimy o kontakt z:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager

Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl