



Informação à Imprensa
Junho 2014

BMW Group Portugal: uma década de sucesso.

O BMW Group Portugal assinala o seu 10.º aniversário no futuro museu dos coches e faz o balanço de uma década de atividade no país. Um crescimento de aproximadamente 60 por cento no volume de vendas registado, entre 2004 e finais de 2013, traduz a eficácia da estratégia adotada, fundamentada na Inovação e Tecnologia no Produto, nos Serviços, nos Parceiros, nos Clientes e nos Colaboradores.

Desempenho por marcas

Em 10 anos o BMW Group vendeu perto de 90.000 veículos em Portugal. Só em 2013 registou um número de vendas superior a 9.500 unidades, entre veículos BMW e MINI e BMW Motorrad. Hoje, com uma gama cada vez mais alargada e diversificada, o BMW Group Portugal encontra-se numa situação privilegiada face à concorrência.

BMW

Em 2004, a BMW era a 13ª marca automóvel mais vendida em Portugal, com uma quota de mercado de 3,2 por cento. No final de 2013, a BMW foi a marca premium líder do mercado (pelo 9º ano consecutivo) e a 4ª marca mais vendida em Portugal.

O ano de 2013 foi, aliás, o ano em que a marca atingiu a maior quota de mercado de sempre (7.2 por cento), com 7629 veículos BMW vendidos. Um crescimento de 42 por cento das vendas quando comparado com o ano de 2004.

Este resultado da marca BMW tem sido conseguido através de um desempenho equilibrado na venda dos veículos de toda a gama, resultando, no final de 2013, na liderança em 13 dos 16 segmentos e subsegmentos onde a marca está presente.

No que á área de Após Venda diz respeito, a faturação líquida de peças passou de 33 m€ em 2005 para cerca de 45 m€ previstos para 2014, estando a BMW integrada no top 3 nacional das marcas que mais faturam no negócio de peças e acessórios dentro do território nacional.

MINI

O crescimento da marca registou recordes ao longo dos últimos 10 anos. Com um crescimento superior a 300 por cento a MINI passou das 389 unidades vendidas em 2004 para as 1240 unidades vendidas 2013.

Atualmente a MINI já representa mais de 1 por cento do mercado total, e tem um peso de 13 por cento no total das vendas do BMW Group em Portugal.



BMW Motorrad

Em relação à BMW Motorrad, em 2013, foram registadas 709 unidades vendidas, o que contrasta com as 360 unidades vendidas em 2004 e revela um crescimento de 97 por cento.

Se analisarmos a quota de mercado, dos 5,4 por cento em 2004, este valor atingiu os 26,8 por cento em 2013 (no segmento de motociclos com mais de 500 cc – segmento de mercado em que a BMW Motorrad opera).

Estratégia de diversificação e visão dinâmica do mercado

O sucesso do BMW Group tem passado por uma visão dinâmica do mercado e na aposta na diversificação de produtos e serviços, que resultou não só no relançamento da marca MINI, como também no alargamento das gamas BMW e BMW Motorrad.

Em 2004, o BMW Group dispunha de 27 modelos: 19 BMW, 2 MINI e 6 Motociclos, sendo que no final de 2014 aproximar-se-á dos 70 modelos, representando uma oferta quase três vezes superior.

Estes números refletem o modelo de negócio a longo-prazo do BMW Group, que passa pela projeção do futuro. O objetivo é manter a liderança mundial no fornecimento de produtos e serviços Premium, atuando de um modo sustentável e responsável em todas as áreas de negócio.

Nos últimos anos o BMW Group deu grandes passos no caminho da mobilidade sustentável e muito particularmente na redução das emissões de CO2 da sua frota.

Em 1995, a média de emissões de CO2 da frota do BMW Group era de 210 gramas de CO2 por km. Em 2013, este valor diminuiu para 133 gramas de CO2 por km, o que equivale a uma redução de 37 por cento face a 1995.

Atualmente, a frota automóvel do BMW Group inclui 41 modelos com emissões de CO2 abaixo dos 120 gramas por km e, até 2020, o BMW Group pretende reduzir as emissões de CO2 de toda a sua frota para cerca de metade comparativamente aos níveis registados em 1995.

A mais recente submarca BMW i é o espelho desta aposta na sustentabilidade. No final do ano passado foi lançado o primeiro produto desta submarca, o BMW i3. O sucesso do BMW i3 foi tal que a sua procura superou as expectativas do Grupo. No passado mês de abril foi apresentado ao mercado nacional o novo BMW i8, um desportivo híbrido com elevadas performances e um consumo de apenas 2,1l/100km.

O BMW Group acredita que os motores elétricos são o futuro para uma condução com zero emissões nas zonas urbanas, pelo que irá continuar a apostar nesta tecnologia.



Todas estas inovações e todos estes excelentes resultados devem-se a um conjunto de fatores que comprovam a eficácia da estratégia do BMW Group Portugal. Esta estratégia assenta em vários pilares tais como os colaboradores, a rede de concessionários - rentável e “unida”, o constante foco no Cliente e um forte empenho na inovação.

Estes resultados existem devido a uma estratégia que passa por uma forte aposta na valorização do produto e dos serviços e no foco em satisfazer ao máximo as expectativas dos clientes.

A visão do BMW Group é ser líder mundial no fornecimento de produtos e serviços Premium para a mobilidade individual e temos como missão atuar de um modo sustentável e responsável em todas as áreas de negócio, assumindo uma estratégia de longo-prazo.

O dinamismo do BMW Group e a procura da satisfação das exigências dos clientes resulta em mais um conjunto de veículos das três marcas que entram no mercado nacional em 2014.

Com esta forte gama de produtos, o BMW Group está preparado para alcançar pelo 10º ano consecutivo a liderança deste importante segmento.

BMW

BMW Série 2 Coupé

O novo duas portas, lançado no primeiro trimestre de 2014, destaca-se pela sua figura particularmente impressionante, com um design distintivo, uma gama de motores extremamente potentes e tecnologia de chassis especialmente configurada para este modelo. ([Press Kit](#))

BMW Série 4 Cabrio

Este novo modelo, também ele lançado no primeiro trimestre de 2014, é o ponto de partida para uma nova era no segmento de veículos descapotáveis de média dimensão, concebido com a dinâmica e elegância típicas da BMW. ([Press Kit](#))

BMW X3

Este novo Sports Activity Vehicle (SAV) apresenta uma atualização da segunda geração do BMW X3. Atualizações ao nível do *design*, da eficiência, do conforto e funcionalidade definem o novo BMW X3. ([Press Kit](#))

BMW i8

Nascido sob o lema “Born Electric”, o BMW i8 é um automóvel desportivo de 2+2 lugares e é um exemplo pioneiro do automobilismo sustentável, sendo o segundo modelo da gama BMW i, após o lançamento do BMW i3. O BMW i8 com BMW eDrive é o primeiro automóvel desportivo híbrido Plug-in que combina um motor a gasolina

TwinPower Turbo de três cilindros e 1,5 litros com 231 cv e um motor elétrico com 131 cv. ([Press Kit](#))

BMW M3 Sedan e BMW M4 Coupé

Estes dois novos modelos mantêm as características arrojadas da sub-marca M, com um cunho mais desportivo. Ambos com um motor de seis cilindros apresentam-se com tecnologia de motores de alto desempenho. O BMW M4 apresenta-se na versão Coupé e o BMW M3 na versão Berlina. ([Press Kit](#))

BMW X4

O novo BMW X4 não passa despercebido. O atraente design permite combinar a performance com o estilo de vida, harmonizando pela primeira vez neste segmento a potência típica dos modelos X com a estética de um Coupé clássico. As potentes motorizações BMW Twin Power Turbo e os equipamentos de série, como a direção desportiva variável e o Performance Control, permitem ao BMW X4 pôr à prova o seu carácter impulsivo. ([Press Kit](#))

BMW Série 4 Gran Coupé

A elegância superou-se com o novo BMW Série 4 Gran Coupé. Com uma performance de cortar a respiração, mais espaço em altura no interior e na bagageira, este primeiro coupé de 4 portas na classe *premium* de médio porte oferece uma escolha de cinco motores potentes e eficientes. ([Press Kit](#))

BMW Série 2 Active Tourer

Este modelo assinala a expansão da marca BMW para o segmento dos monovolumes. Combina conforto e funcionalidade do espaço com os pontos fortes dos veículos da BMW: dinamismo, estilo e elegância. ([Press Kit](#))

MINI

Novo MINI

No ano em que a MINI faz 55 anos de história de vida começa uma nova geração na marca. O Novo MINI, apresentado no primeiro trimestre de 2014, marca o lançamento de uma nova geração de motores twin-power turbo de 3 e 4 cilindros, gasolina e diesel que elevam os patamares de performance e eficiência para níveis de referência na indústria automóvel. ([Press Kit](#))

Novo MINI 5 portas

Representante da nova geração da MINI surge o primeiro MINI de cinco portas. Fiel aos valores da marca MINI, este modelo representa uma nova aposta e novas oportunidades no segmento de veículos de menores dimensões. ([Press Kit](#))

MINI Countryman



O primeiro MINI com quatro portas apresenta-se com uma ampla bagageira, cinco lugares e o opcional de tração nas quatro rodas. O novo MINI Countryman é mais uma aposta de sucesso entre os modelos compactos *premium* e destaca-se pelo consumo de combustível otimizado e emissões de CO2. Apresenta ainda as versões MINI Cooper S Countryman e MINI John Cooper Works Countryman, a ser lançado em Julho de 2014. ([Press Kit](#))

MINI Paceman

O segmento compacto *premium* ganha uma nova aposta com o primeiro Sports Activity Coupé. O novo MINI Paceman tem agora mais detalhes de *design*, mais opções na performance de condução, mais eficiência e a nova opção de tração nas quatro rodas ALL4. A este modelo acresce o aumento da potência do motor com o Paceman MINI Cooper S e o lançamento da nova edição do MINI John Cooper Works Paceman. ([Press Kit](#))

BMW Motorrad

BMW RnineT

A BMW R nineT, uma moto com um *design* purista e com inúmeras opções de personalização, assinala os 90 anos da Motorrad. Esta moto combina prazer da condução, a sensação de liberdade com uma imagem descontraída. A BMW R nineT é alimentada por um motor de boxer de 1170 cc e, arrefecido a ar /óleo, tal como a clássica BMW R32. ([Press Kit](#))

BMW K 1200 GS Adventure

A nova BMW R 1200 GS Adventure assenta nas prestações dinâmicas e na capacidade para todo o terreno e para viajar, oferecendo a mais recente e derradeira solução para os trota-mundos, entusiastas das enduro de viagem e condutores *touring* apaixonados pela ação fora de estrada. ([Press Kit](#))

BMW R 1200 RT

As iniciais RT sempre foram sinónimo de máximo conforto e desempenho dinâmico no segmento das motos *Touring*. Esta moto está equipada com um novo motor e um perfil cuidadosamente redesenhado, a BMW Motorrad volta a mostrar como se faz esta fusão de conforto com prestações desportivas. ([Press Kit](#))

BMW S 1000 R

Uma superbike dinâmica, poderosa e com um emotivo estilo roadster - estas são as principais características da nova BMW S 1000 R. De forma a fornecerem a combinação ideal quer para o uso diário quer para desafios mais desportivos em estrada, foi aumentado significativamente o poder de baixo e médio alcance e o torque. ([Press Kit](#))

BMW C evolution



A chegada da nova BMW C evolution marca o início de um novo capítulo no segmento de mobilidade urbana para a BMW Motorrad. Os dois modelos maxi scooters de propulsão convencional - o BMW C 600 Sport e BMW C 650 GT - combinam as qualidades de passeio de uma moto com a agilidade específica de uma scooter e conforto inerente ao design. A nova BMW C evolution, eletricamente alimentada, vai ainda mais longe ao combinar a diversão e dinamismo com os benefícios de desempenho de emissões zero para criar toda uma nova experiência em duas rodas. ([Press Kit](#))

O lançamento recente de todos estes novos modelos BMW, MINI, BMW Motorrad marcam a força do BMW Group e fazem com que as suas marcas sejam há uma década a escolha N° 1 para clientes do segmento *premium* em Portugal.

Para mais informações consulte o [BMW Group PressClub](#).
Fotografias do evento disponíveis [aqui](#).

Sobre o BMW Group

Com as suas marcas BMW, MINI e Rolls-Royce o BMW Group é o construtor premium de automóveis e motos mais bem-sucedido do mundo, providenciando também serviços financeiros e de mobilidade. Em termos globais, o BMW Group detém 28 fábricas em 13 países e uma rede global de vendas em mais de 140 países.

Em 2013, o BMW Group atingiu um volume global de vendas de aproximadamente 1.963 milhões de automóveis e de 115.215 motociclos. O resultado, antes de impostos, foi de 7.82 mil milhões de euros, num total de 76.85 mil milhões de euros de volume de negócios. Em 31 de Dezembro de 2013, a empresa empregava um total de, aproximadamente, 110.351 colaboradores.

O sucesso do BMW Group tem sido, desde sempre, construído numa ótica de longo prazo e assente numa conduta responsável. Desta forma, a Companhia estabeleceu a sustentabilidade ecológica e social em toda a cadeia de valores, bem como uma ampla responsabilidade de produto e um evidente empenho na conservação de recursos, como parte integrante da sua estratégia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>