



Comunicat de presă
23.07.2014

BMW Group deschide noi teritorii cu BMW Seria 2 Active Tourer

- **BMW vizează un nou public țintă în segmentul premium al clasei compacte.**
- **Krüger: Potențial mare pentru BMW Seria 2 Active Tourer.**
- **Principalele piețe pentru Seria 2 Active Tourer: Europa și China.**
- **Beneficii de sinergie datorită arhitecturii comune pentru mai multe modele**

București/ München 23.09.2014. BMW Group deschide noi perspective prin accesarea în segmentul premium al clasei compacte cu cel mai nou model al său: BMW Seria 2 Active Tourer. "Reacția față de Seria 2 Active Tourer a fost una foarte pozitivă, ceea ce ne face încrezători că noul automobil va fi un succes răsunător", a declarat Harald Krüger, membru în Consiliul Director BMW AG și responsabil pentru producție, la evenimentul de prezentare a noului model, ce a avut loc miercuri la Sölden (Austria). BMW Seria 2 Active Tourer va fi lansat pe piața din Europa cu începere din 27 septembrie 2014.

Principalele piețe pentru Seria 2 Active Tourer vor fi Europa și China. Este de așteptat ca Europa să acopere 40% din volumul vânzărilor, în timp ce China va acoperi aproximativ 15%. "Pe lângă agilitatea impresionantă, unică pentru un automobil din acest segment, clienții vor aprecia poziția înaltă a șezutului și interiorul spațios, precum și dimensiunile compacte, funcționalitatea și confortul", a mai declarat Krüger.

Seria 2 Active Tourer se va adresa unui nou public-țintă

"Cererea de automobile premium în clasa compactă se dezvoltă promițător", a continuat Krüger. Datorită mărcii MINI și modelelor BMW Seria 1 și Seria 2, BMW Group este bine reprezentat în segmentul premium al automobilelor mici și compacte. Prin extinderea gamei de produse, concernul vizează atragerea unui nou public-țintă prin calitățile tradiționale ale mărcii BMW, așa cum a făcut anterior prin modelul de succes BMW Seria 1. Aproximativ 70% din vânzările primei generații BMW Seria 1 s-au datorat unor clienți noi ai mărcii.

"Cu BMW Seria 2 Active Tourer, ne adresăm în principal acelor clienți ale căror motive familiale ridică cerințe speciale în privința funcționalității și confortului, dar,



Comunicat de presă

Data 23.07.2014

Titlu **BMW Group deschide noi teritorii cu BMW Seria 2 Active Tourer**

Pag. 2

În același timp, vor să se bucure de puncte forte BMW tradiționale precum sportivitatea și designul inovator. Vorbim despre o combinație care anterior nu a fost disponibilă pe piață și care ne diferențiază de concurență", a accentuat Krüger. Active Tourer este primul model BMW din istorie cu tracțiune față și primul model al mărcii BMW care va dispune de un motor cu trei cilindri. Noua arhitectură cu tracțiune față - cu un motor dispus transversal - permite o utilizare maximă a volumului interior într-un automobil relativ mic.

Economii de volum prin arhitectura comună

BMW Group a dezvoltat două arhitecturi: una pentru viitoarele modele cu tracțiune spate sau tracțiune integrală și una pentru modele cu tracțiune integrală sau pe puntea față, pe care se bazează și BMW Seria 2 Active Tourer. Această arhitectură cu tracțiune față reprezintă baza și pentru asigurarea unei creșteri profitabile în segmentul premium al claselor mică și compactă. "Standardizarea dezvoltării și a proceselor de producție, bazată pe conceptul arhitecturilor comune modelelor/mărcilor și pe motoarele modulare, ne permite să realizăm economii la o scară considerabilă în cadrul concernului", a mai spus Krüger.

Mai mult, BMW Seria 2 Active Tourer este primul BMW care va beneficia de un concept de motor modular. Acest concept permite BMW Group să producă propulsoare pe benzină sau diesel - cu trei, patru și șase cilindri - de diferite capacități pe o singură linie de asamblare. Datorită procentajului mare de componente identice, concernul poate realiza reduceri mari ale costurilor, atât în dezvoltare, cât și în producție.

Creșterea segmentului premium

În viitorul apropiat, segmentul premium este de așteptat să crească mai rapid decât segmentul de bază. BMW Group se așteaptă să înregistreze o cerere tot mai mare și o creștere anuală medie la nivel mondial de peste 4,5% (2013-2020). Este foarte probabil ca și segmentul premium al automobilelor de clasă mică și compactă să beneficieze de pe urma acestei creșteri.

BMW Group



Comunicat de presă

Data 23.07.2014

Titlu

BMW Group deschide noi teritorii cu BMW Seria 2 Active Tourer

Pag.

3

Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 29 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2013, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 1,963 milioane de automobile și 115.215 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2013 a fost de 7,91 miliarde de euro, iar veniturile au atins pragul de 76,06 miliarde de euro. La 31 decembrie 2013, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 110.351 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

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

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

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.ro

www.presa.mini.ro

www.press.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup-sport.com