

Comunicat de presă

11 iunie 2020

Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG pentru clienți, mărci și vânzări: "Există milioane de oameni în Uniunea Europeană al căror comportament de mobilitate se potrivește ideal cu un automobil plug-in hybrid"

Interviu cu Pieter Nota despre modelele plug-in hybrid ale BMW Group.

București/München. Într-un interviu, Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG pentru clienți, mărci și vânzări, vorbește despre avantajele unui plug-in hybrid, viitorul tehnologiei și ce anume se așteaptă din partea legislației. Acesta afirmă cu convingere: "Modelele noastre plug-in hybrid combină ce este mai bun din ambele universuri".

De Nota, ca membru al Consiliului de Administrație și responsabil pentru vânzări, sunteți foarte aproape de client. Ce se pot aștepta clienții de la BMW în aceste zile când vine vorba de plăcerea condusului?

Clienții noștri doresc ceea ce face un BMW tipic, nu numai din punct de vedere al designului, dar și al agilității precise și al performanțelor pe care le așteaptă de la brand. Și acest lucru obțin de la noi. Fiecare BMW este un BMW adevărat - cu o gamă largă de tehnologii de propulsie. Acestea se potrivesc nevoilor individuale foarte diferite din punct de vedere al mobilității ale clienților noștri. Acestea depind, de exemplu, dacă locuiesc în oraș sau în extraurban, precum și de condițiile regionale, cum ar fi infrastructura de încărcare sau legile privind emisiile. Nu credem într-o singură tehnologie care îndeplinește toate aceste cerințe de mobilitate diferite. Mai degrabă, dorim să le oferim clienților posibilitatea de a alege ceea ce le oferă plăcerea condusului. Pentru noi, aceasta este Power of Choice - nu numai când vine vorba de alegerea modelului care se potrivește cel mai bine clienților noștri, dar și care sistem de propulsie este cel mai potrivit pentru ei. Unul dintre acestea este plug-in hybrid, care combină avantajele propulsiei electrice cu capacitatea de rulare pe distanțe lungi a unui motor termic.

Comunicat de presă

Titlu

Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG pentru clienți, branduri și vânzări:
"Există milioane de oameni în Uniunea Europeană al căror comportament de mobilitate se potrivește ideal cu un automobil plug-in hybrid"

Pagina

2

Pentru ce clienți are sens un automobil plug-in hybrid?

Un automobil plug-in hybrid combină ce este mai bun din ambele universuri. Pe de o parte, în modul electric conduci fără emisii și foarte silențios în oraș. Pe de altă parte, motorul termic oferă potențialul său pe distanțe lungi. Deci, împreună, cele două motoare oferă un mix optim de eficiență, dinamică și confort. De exemplu, un automobil plug-in hibrid este deosebit de util pentru clienții care fac naveta la muncă utilizând doar energie electrică, dar care ocazional parcurg și distanțe lungi și care pot avea o singură mașină. Cu condiția să încarce regulat la domiciliu sau la serviciu, vor descoperi și că această opțiune este mai ieftină decât o motorizare convențională.

O critică obișnuită este că un plug-in hybrid este departe de a fi la fel de ecologic precum un motor termic comparabil.

Pur și simplu nu este adevărat. În general, consumul mediu de combustibil care poate fi obținut cu un automobil plug-in hybrid este, de asemenea, semnificativ mai mic în practică decât în cazul propulsoarelor convenționale comparabile. Cu toate acestea, dacă propulsia electrică nu este folosită intensiv, acest avantaj al eficienței față de motorul termic se pierde. Prin urmare, un plug-in hybrid are cel mai mult sens atunci când este încărcat și condus regulat în modul electric. Prin urmare, eficiența consumului de combustibil al acestor automobile depinde în mare măsură de comportamentul de condus și de utilizare al clienților noștri. Din experiența personală, pot spune că la volanul unui BMW 745Le obțin un consum de combustibil foarte redus, cu o medie de aproximativ doi litri (per 100 km). Când fac naveta, conduc până la 70% în regim pur electric și pot reîncărca cu ușurință automobilul cât sunt la birou.

Dar, probabil, clienții aleg în principal un plug-in hybrid pentru beneficiile fiscale și mai puțin pentru că vor să conducă electric, nu-i așa?

Nu, nu este corect - permiteți-mi să clarific acest aspect: în prezent, mulți clienți cumpără în premieră un automobil electrificat. Mai întâi trebuie să experimenteze această tehnologie și toate avantajele sale. Doar atunci știu de cât de multă energie electrică au nevoie sau cât de des sau unde se încarcă cel mai bine. Am vorbit cu

Comunicat de presă

Titlu

Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG pentru clienți, branduri și vânzări:
"Există milioane de oameni în Uniunea Europeană al căror comportament de mobilitate se potrivește ideal cu un automobil plug-in hybrid"

Pagina

3

mulți clienți care sunt absolut convinși de plug-in hybrid, tocmai pentru că este proiectat optim pentru cerințele lor de mobilitate foarte diferite.

Deci, ce face BMW Group pentru a încuraja clienții să-și conducă mai mult automobilele plug-in hybrid în regim electric în loc să folosească motorul termic?

La cele mai recente modele plug-in hybrid, de exemplu, folosim tehnologia de geo-restricționare eDrive Zones care recunoaște automat zonele de mediu. Când intră într-o astfel de zonă, automobilul trece automat în modus de conducere pur electric. Acest lucru ajută la utilizarea optimă a potențialului mașinilor hibride și la reducerea emisiilor. De asemenea, este și mai avantajos pentru utilizator, deoarece sistemul de propulsie electrică își folosește pe deplin avantajele de consum în oraș. În plus, în curând ne vom concentra pe ambițiile sportive ale conducătorilor de modele BMW plug-in hybrid printr-un program de fidelizare. Vor primi puncte pentru fiecare kilometru condus electric și, de asemenea, pentru încărcarea bateriei de înaltă tensiune, pe care apoi le pot schimba pentru recompense. De asemenea, arătăm cum facturarea privată a curentului încărcat în mașină poate fi mai convenabilă pentru utilizatorii de automobile de companie.

Care sunt perspectivele BMW Group pentru viitorul automobilelor plug-in hybrid?

Doar în Uniunea Europeană există milioane de persoane al căror comportament de mobilitate se potrivește ideal cu un automobil plug-in hybrid. Prin urmare, extindem în mod constant gama noastră de modele plug-in hybrid. De exemplu, noul BMW Seria 5, pe care tocmai l-am lansat, va oferi inițial cinci variante hibrid diferite. În plus, continuăm și să dezvoltăm sistemul de propulsie, iar în viitor vom oferi autonomie electrică de până la 100 de kilometri, în funcție de segment. Până la sfârșitul acestui an, vom avea disponibile 12 modele plug-in hybrid de bază, inclusiv noile MINI Countryman și BMW X2. De altfel, suntem lideri în ceea ce privește varietatea de modele atât în Germania și Uniunea Europeană, cât și la nivel mondial. În acest moment, aș dori să vorbesc despre întreaga noastră gamă de automobile

Comunicat de presă

Titlu

Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG pentru clienți, branduri și vânzări:
"Există milioane de oameni în Uniunea Europeană al căror comportament de mobilitate se potrivește ideal cu un automobil plug-in hybrid"

Pagina

4

electrificate. Până în 2023, ne propunem să avem pe șosele un total de 25 de modele electrificate. Mai mult de jumătate dintre ele vor fi complet electrice. Per total, presupunem că mașinile electrificate vor reprezenta între 15 și 25% din vânzările noastre globale înainte de 2025. În Europa, probabil că această cotă va fi deja de un sfert până în 2021, o treime până în 2025 și jumătate până în 2030. Acest lucru ne va permite să îndeplinim obiectivele UE privind CO₂. Pentru noi, problema protecției climatice este foarte importantă, precum și păstrarea promisiunii noastre atunci când vine vorba de politici.

Menționați politica. Ce vă așteptați din partea legiuitorilor când vine vorba de mobilitatea electrică?

Considerăm că extinderea infrastructurii de încărcare joacă un rol esențial în acceptarea clienților și în accelerarea mobilității electrice. Prin abordarea noastră de 360°, pe care o urmărim din 2013, dorim să creăm cele mai bune opțiuni de încărcare pentru clienții noștri acasă, la serviciu și în public. Continuăm să lucrăm în acest sens împreună cu partenerii noștri la un număr mare de proiecte. Desigur, suntem activi și din punct de vedere politic și sprijinim inițiativele pentru extinderea structurii publice de încărcare. Aici suntem angajați în mod deosebit în dialogul cu orașele cu angajament față de mobilitatea electrică pentru a le face mai viabile printr-o calitate mai bună a aerului și mai puțin zgomot în trafic. Dincolo de încărcare, considerăm că sistemele adecvate de stimulare a reglementărilor, precum eZones sau tarifele de încărcare, vor face luarea deciziei electrice mai atractivă. Ne așteptăm ca ponderea conducerii electrice să crească în continuare, odată cu promovarea utilizării automobilelor electrice. Prin urmare, conducerii electrice va deveni mai răspândită.

Comunicat de presă

Titlu

Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG pentru clienți, branduri și vânzări:
"Există milioane de oameni în Uniunea Europeană al căror comportament de mobilitate se potrivește ideal cu un automobil plug-in hybrid"

Pagina

5

**Mobilitatea electrică a schimbat compania dumneavoastră, dar și
solicitățile angajaților dumneavoastră?**

Creșterea mobilității electrice aduce schimbări în domenii foarte diferite - de la dezvoltarea automobilelor, la procesul de vânzare. În producție, de exemplu, arhitecturile de automobile inteligente ne vor permite să producem același model, cu diverse trenuri de rulare, pe o singură linie de asamblare: complet electric, plug-in hybrid și convențional. Acest lucru ne face extrem de flexibili. Desigur, acest lucru necesită și o adaptare din partea angajaților noștri. Acesta este motivul pentru care ne-am orientat spre formare și educație suplimentară în acest subiect. De exemplu, am format deja peste 46.000 de angajați în domeniul mobilității electrice. Aceasta reprezintă mai mult de o treime din echipa noastră. Recent, pregătirea personalului în domeniul mobilității a fost reluată. Aceasta arată importanța acestei teme chiar și în timpul pandemiei Covid-19. De exemplu, cursurile de formare "Blitz", despre manevrarea în condiții de siguranță a sistemelor de înaltă tensiune, sunt absolut esențiale pentru producția mondială și accelerarea uzinelor noastre, precum și pentru dealerii noștri, unde au fost susținute deja peste 33.000 de cursuri de formare "Blitz".

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România**Alexandru Șeremet**

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. Rețeaua de producție a BMW Group cuprinde 31 de facilități de producție și asamblare în 15 țări; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

Comunicat de presă

Titlu

Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG pentru clienți, branduri și vânzări:
"Există milioane de oameni în Uniunea Europeană al căror comportament de mobilitate se potrivește ideal cu un automobil plug-in hybrid"

Pagina

6

În 2019, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2.520.000 de automobile și peste 175.000 de motociclete. În anul fiscal 2019, profitul brut a fost de 7,118 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 104,210 miliarde de euro. La 31 decembrie 2018, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 133.778 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/bmwromania>

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

Instagram: <http://www.instagram.com/bmwromania>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwromania>

Site-uri de presă:

press.bmwgroup.com/romania