

Comunicato stampa

8 ottobre 2025

Il BMW Group rimane il principale produttore automobilistico in Svizzera.

+++ Il BMW Group sottolinea il suo ruolo pionieristico nella transizione verso la mobilità elettrica +++ Grazie al successo della sua offensiva di modelli, MINI ha aumentato la sua quota di mercato all'1,8% +++ La R 1300 è la moto più venduta in Svizzera +++ L'ampliamento dell'infrastruttura di ricarica rimane fondamentale per il successo della mobilità elettrica +++ BMW iX3 all'Auto Zürich +++

Dielsdorf. Nei primi nove mesi del 2025, BMW Group Switzerland ha registrato un totale di 18.851 nuove immatricolazioni (+1,0%) in un contesto di mercato difficile e con un calo complessivo di quasi il 4%. BMW Group Switzerland è quindi il principale importatore automobilistico in Svizzera. Nel dettaglio, BMW ha raggiunto 15.841 unità (-3,5%) e una quota di mercato del 9,4%. Questo garantisce al marchio la leadership nel segmento delle auto premium. MINI ha registrato un aumento significativo a 3.010 unità (+32,6%) e ora detiene una quota di mercato dell'1,8%.

Le nuove immatricolazioni di veicoli elettrici (BEV e PHEV) del BMW Group sono aumentate a 6.808 unità, con un incremento del 25,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. MINI ha riscosso un grande successo con 915 veicoli elettrici, quasi raddoppiando il numero rispetto all'anno precedente (464 unità). Il marchio BMW ha raggiunto un totale di 5.893 unità per i suoi veicoli elettrici, di cui 2.631 puramente elettrici (BEV) e 3.262 ibridi plug-in (PHEV), con un aumento del 20,0% rispetto all'anno precedente. La quota di mercato del BMW Group Switzerland è aumentata dal 12,3 al 12,6% per quanto riguarda i veicoli elettrificati. Considerando tutti i tipi di propulsione, la quota di mercato del BMW Group è aumentata dal 10,6 all'11,2%.

Data 8 ottobre 2025

Argomento **BMW Group Switzerland è leader di mercato nel primo trimestre 2025: BMW e MINI aumentano le loro quote in un contesto di mercato difficile.**

Pagina 2

L'elettrificazione come motore di crescita

Con questi dati, BMW Group Switzerland sottolinea il proprio ruolo pionieristico nella transizione verso la mobilità elettrica. La quota di veicoli elettrificati rappresenta circa il 36,1% delle vendite totali di BMW Group in Svizzera.

«L'andamento del terzo trimestre dimostra che la nostra strategia di neutralità tecnologica sta dando i suoi frutti. Con un aumento di quasi il 26% dei veicoli elettrificati, occupiamo una posizione eccezionale sul mercato svizzero e superiamo il mercato», spiega Sergio Solero, Presidente e CEO di BMW (Svizzera) AG.

Modelli di successo e preferenze dei clienti

La domanda di modelli a trazione integrale rimane elevata in Svizzera. BMW è leader nel segmento degli Sports Activity Vehicle: BMW X1 e iX1 sono le serie di maggior successo, seguite da BMW X3 e BMW X5. Anche la BMW Serie 3 e la BMW Serie 1 continuano a riscuotere grande successo tra i clienti svizzeri.

Il marchio MINI beneficia del successo della sua offensiva di modelli: la MINI Cooper è il modello più venduto del marchio, seguita dalla MINI Countryman. La nuova MINI Aceman completamente elettrica sta riscuotendo un successo sempre maggiore sin dal suo lancio sul mercato.

Quota di mercato ampliata nonostante il contesto difficile

Dopo nove mesi, il mercato svizzero delle autovetture registra 168.927 nuove immatricolazioni, con un calo del 3,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In questo contesto difficile, BMW Group Switzerland è riuscita a consolidare la propria posizione sul mercato e ad aumentare la propria quota di mercato di 0,6 punti percentuali, raggiungendo l'11,2%.

«Siamo riusciti ad ampliare ulteriormente la nostra quota di mercato in un contesto generale di flessione. Questo è un chiaro segno della fiducia che i nostri clienti ripongono nei nostri modelli e nei nostri marchi. Con il marchio BMW siamo addirittura leader di mercato in Svizzera, se consideriamo solo le autovetture», afferma Sergio Solero.

Data 8 ottobre 2025

**BMW Group Switzerland è leader di mercato nel primo trimestre 2025: BMW e MINI aumentano le loro quote in un
Argomento contesto di mercato difficile.**

Pagina 3

BMW Motorrad: la moto più venduta oltre i 1000 cc

Anche BMW Motorrad conferma la sua posizione di produttore premium di maggior successo in Svizzera. Il modello più venduto nella categoria > 1000 cc nei primi nove mesi è stato la BMW R 1300 GS con 572 unità. Insieme alla BMW R 1300 GS Adventure (503 unità), la BMW R 1300 è stata la moto più venduta in Svizzera con 1.075 unità.

Nei primi tre trimestri BMW ha venduto complessivamente 2.981 unità, con un calo dell'1,65% pari a 50 unità. Nel periodo di riferimento il mercato complessivo è cresciuto del 3,4%.

Prospettive: Neue Klasse e Retail.Next

Sergio Solero guarda al futuro con ottimismo: «Il prossimo anno sarà per noi decisivo. Con l'introduzione della «Neue Klasse» inauguriamo un nuovo capitolo della mobilità elettrica e, allo stesso tempo, una nuova era per il marchio BMW. Questa generazione di veicoli stabilirà nuovi standard in termini di efficienza, tecnologia ed esperienza di guida».

La «Neue Klasse» incarna la visione di una mobilità premium sostenibile e accelererà ulteriormente l'elettrificazione. Parallelamente, il BMW Group, insieme ai suoi concessionari e al nuovo concetto Retail.Next, crea un'opportunità innovativa per i clienti di scoprire, configurare e provare i prodotti: una risposta olistica ai cambiamenti fondamentali nell'industria automobilistica. Il cliente non solo beneficia di showroom completamente nuovi, ma l'intero processo di presentazione e acquisto mette al centro il cliente con i suoi desideri e le sue idee.

L'infrastruttura come fattore chiave

Per il futuro successo della mobilità elettrica, l'ampliamento dell'infrastruttura di ricarica rimane fondamentale. «Per raggiungere gli ambiziosi obiettivi della Confederazione in materia di mobilità elettrica, abbiamo bisogno di un'infrastruttura di ricarica affidabile e capillare. Al momento, nonostante tutto l'ottimismo, la crescita è ancora troppo lenta», sottolinea Sergio Solero. «Solo con condizioni quadro migliori potremo sfruttare appieno il potenziale della mobilità

Data 8 ottobre 2025

Argomento **BMW Group Switzerland è leader di mercato nel primo trimestre 2025: BMW e MINI aumentano le loro quote in un contesto di mercato difficile.**

Pagina 4

elettrica e dare ai nostri clienti la sicurezza di cui hanno bisogno per passare a questa tecnologia».

BMW alla fiera Auto Zürich: debutto della BMW iX3

Dal 30 ottobre al 3 novembre 2025, BMW Group Switzerland e Emil Frey Imprese dell'Oberland zurighese presenteranno le ultime novità della loro gamma di prodotti all'Auto Zürich, presso il centro espositivo di Zurigo. Particolare attenzione sarà riservata alla nuova BMW iX3, che verrà presentata per la prima volta al pubblico svizzero.

Questo modello incarna un nuovo linguaggio stilistico e offre un'esperienza utente digitale completamente rinnovata. Con un'autonomia fino a 805 chilometri secondo il ciclo WLTP, unica nel suo genere rispetto alla concorrenza, la BMW iX3 è perfettamente equipaggiata per qualsiasi utilizzo. E grazie alla nuova architettura da 800 volt, con una potenza di ricarica fino a 400 kW CC è possibile ricaricare in soli dieci minuti una quantità di energia sufficiente per percorrere altri 372 km. Anche gli interni aprono nuove dimensioni. Al posto del tradizionale display del conducente, un display panoramico da 43,3 pollici riflette le informazioni sul parabrezza, creando una profondità che ricorda un'immagine sospesa nel vuoto. L'impronta di carbonio della nuova BMW iX3 si riduce del 42% rispetto al modello precedente nell'arco dell'intero ciclo di vita. Il break-even di CO2 rispetto a un motore a combustione interna viene raggiunto con il mix elettrico dell'UE dopo 21'500 km. Se il veicolo viene ricaricato esclusivamente con energia rinnovabile, il break-even viene raggiunto già dopo 17'500 km. In breve: il Sports Activity Vehicle completamente elettrico combina le comprovate qualità della serie X con la più moderna mobilità elettrica e sottolinea l'impegno del BMW Group per una mobilità premium sostenibile.

Auto Zürich 2025, 30 ottobre – 3 novembre 2025

Ulteriori informazioni: www.auto-zuerich.ch

Data 8 ottobre 2025

**BMW Group Switzerland è leader di mercato nel primo trimestre 2025: BMW e MINI aumentano le loro quote in un
Argomento contesto di mercato difficile.**

Pagina 5

**BMW Group Switzerland, Vendite nel 1°-3° trimestre 2025 in sintesi con
confronto rispetto al 2024.**

	Trimestre 1 – 3 2025	Trimestre 1 – 3 2024	Confronto con l'anno precedente %
BMW Group Automobili	18'851	18'666	+ 1,0%
BMW Group elettrificato*	6'808	5'406	+ 25,9%
BMW	15'841	16'396	- 3,5%
BMW elettrificato*	5'893	4'911	+ 20,0%
BMW BEVs	2'631	2'540	+ 3,6%
BMW PHEVs	3'262	2'371	+ 37,6%
MINI	3'010	2'270	+ 32,6%
MINI elettrificato*	915	464	+ 97,2%
BMW Motorrad	2981	3031	-1,65%

*BEV e PHEV

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

BMW Group Switzerland
Fabio Zingg, Corporate Communications
Email: Fabio.zingg@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 1094
Media-Website: www.press.bmwgroup.com

BMW Group Switzerland
Sven Grützmacher, Director Corporate Communications
Email: Sven.Grützmacher@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 1091
Media-Website: www.press.bmwgroup.com

Data 8 ottobre 2025

**BMW Group Switzerland è leader di mercato nel primo trimestre 2025: BMW e MINI aumentano le loro quote in un
Argomento contesto di mercato difficile.**

Pagina 6

Il BMW Group

Con i suoi marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il leader mondiale nella produzione di automobili e motociclette premium e nella fornitura di servizi finanziari premium. La rete di produzione del BMW Group comprende oltre 30 siti produttivi in tutto il mondo; l'azienda dispone di una rete di distribuzione globale con rappresentanze in oltre 140 paesi.

Nel 2024 il BMW Group ha venduto in tutto il mondo 2,45 milioni di automobili e oltre 210.000 motociclette. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio 2024 è stato pari a 11,0 miliardi di euro, mentre il fatturato è stato di 142,4 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2024, l'azienda impiegava 159.104 dipendenti in tutto il mondo.

Da sempre, la visione a lungo termine e l'agire responsabile sono alla base del successo economico del BMW Group. La sostenibilità è una componente importante della strategia aziendale del BMW Group, dalla catena di fornitura alla produzione fino alla fine del ciclo di vita di tutti i prodotti.

www.bmwgroup.com

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

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

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