

Comunicato stampa
08. Aprile 2026

BMW Group Switzerland rivendica la leadership nel segmento premium nel primo trimestre 2026.

+++ BMW Group Switzerland al secondo posto nel mercato totale e al primo posto nel segmento premium +++ BMW Group Switzerland al secondo posto tra i fornitori BEV +++ Il 37,7 per cento del portafoglio BMW Group è elettrificato – più alto rispetto al mercato totale +++ Un veicolo su dieci immatricolato ex novo è una BMW o MINI +++

Dielsdorf . Nel primo trimestre 2026 BMW Group Switzerland conferma la sua posizione di leader nel segmento premium svizzero. In un mercato totale che registra 52'982 nuove immatricolazioni e una crescita dello 0,6 per cento, BMW Group Switzerland si posiziona al secondo posto con 5'678 veicoli. Il marchio BMW conquista nuovamente la vetta del segmento premium con 5'010 unità, assicurandosi anche il secondo posto nel mercato totale – la quota di mercato resta stabile al 9,5 per cento come l'anno precedente. Il marchio MINI registra 668 nuove immatricolazioni con una quota di mercato dell'1,3 per cento. Così, uno su dieci veicoli nuovi immatricolati continua a essere una BMW o MINI.

BMW: Forte posizionamento – con il modello più richiesto sul mercato

Con 5'010 nuove immatricolazioni, il marchio BMW segna nel primo trimestre 2026 una variazione di -0,4 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente – un risultato stabile in un contesto molto competitivo. La quota di mercato si mantiene costante al 9,5 per cento.

Il modello di maggior successo del marchio è la BMW X3 con 1'023 unità, che si piazza al secondo posto nel mercato totale svizzero. Insieme alla BMW X1 (933 unità) e alla BMW iX1 completamente elettrica (316 unità) – il modello BEV più richiesto del marchio – X1 e iX1, con 1'249 unità complessive, rappresentano il modello con più nuove immatricolazioni nel primo trimestre. Sempre molto richiesto anche il BMW X5 con 474 unità.

Comunicato stampa

Data 08. Aprile 2026

Tema **BMW Group Switzerland rivendica la leadership nel segmento premium nel primo trimestre 2026.**

Pagina 2

MINI: Forte preferenza del marchio nonostante un confronto impegnativo

Il marchio MINI registra nel primo trimestre un calo del 25,5 per cento con 668 nuove immatricolazioni, raggiungendo una quota di mercato dell'1,3 per cento. Questo risultato va letto nel contesto di un periodo di confronto straordinariamente forte: nel primo trimestre 2025 MINI ha beneficiato di una forte crescita della domanda grazie al lancio del nuovo MINI Aceman completamente elettrico. Con una quota BEV del 36,2 per cento sul portafoglio totale del marchio, MINI ribadisce la propria vocazione alla mobilità completamente elettrica. I modelli MINI Cooper sono i più richiesti, seguiti da MINI Countryman e MINI Cabrio.

BMW Group supera il mercato nella quota di veicoli elettrificati

BMW Group Switzerland conferma il suo ruolo pionieristico nella mobilità elettrificata: il 37,7 per cento di tutti i veicoli BMW Group immatricolati ex novo dispone di una propulsione elettrificata (BEV o PHEV) – nettamente superiore alla quota del mercato svizzero, pari al 33,4 per cento (+13,8 per cento). La quota di mercato del BMW Group nel segmento BEV e PHEV è del 12,1 per cento.

Nel segmento dei veicoli completamente elettrici (BEV), BMW Group si posiziona con 1'053 unità e una quota di mercato del 2,0 per cento al secondo posto tra tutti i fornitori BEV in Svizzera. Il solo marchio BMW si piazza al terzo posto con 811 unità BEV e una quota di mercato dell'1,5 per cento. Mentre le vendite BEV del BMW Group sono diminuite dell'11,7 per cento, la forte crescita nel segmento plug-in hybrid (+14,3 per cento per BMW) ha compensato in gran parte questa flessione: BEV e PHEV insieme rimangono praticamente invariati con -0,2 per cento.

La rete di ricarica ha bisogno di accelerare

«La domanda di veicoli elettrificati esiste – ciò che manca è un'infrastruttura che tenga il passo con la crescita», sottolinea Sergio Solero, Presidente & CEO di BMW (Schweiz) AG. «Osserviamo un divario crescente tra gli ambiziosi obiettivi federali di mobilità elettrica e la realtà sulle strade. I punti di ricarica pubblici devono diventare più affidabili, gli standard più uniformi e le condizioni quadro per le installazioni di ricarica private e commerciali devono essere notevolmente migliorate.

Comunicato stampa

Data 08. Aprile 2026

Tema **BMW Group Switzerland rivendica la leadership nel segmento premium nel primo trimestre 2026.**

Pagina 3

Solo così i clienti potranno avere la fiducia necessaria per la transizione – e solo così la Svizzera potrà raggiungere i propri obiettivi climatici nel settore dei trasporti.»

BMW Motorrad: Crescita e la moto più amata della Svizzera

BMW Motorrad mantiene nel primo trimestre 2026 la sua posizione di forza nel mercato delle due ruote svizzero, classificandosi al terzo posto tra i marchi motociclistici. In un mercato che cresce del 10,3 per cento rispetto al periodo precedente, BMW Motorrad registra un aumento del 3 per cento.

Particolarmente di successo si conferma ancora una volta la famiglia BMW R 1300 GS: BMW R 1300 GS e R 1300 GS Adventure sono state immatricolate 228 volte nel primo trimestre, risultando così leader in Svizzera nel primo trimestre 2026.

Da aprile 2026 sarà disponibile in Svizzera anche la nuova BMW F 450 GS – ulteriore prova della capacità innovativa di BMW Motorrad e della costante espansione della gamma di modelli.

Prospettive: Neue Klasse segna i primi passi

Con il lancio a marzo 2026 della BMW iX3 – il primo veicolo della Neue Klasse – BMW Group Switzerland inaugura i primi passi di una nuova era. «La iX3 sta suscitando grande interesse: rappresenta una nuova architettura veicolare, un'esperienza digitale innovativa e un chiaro impegno verso il futuro del marchio BMW. Siamo convinti che la Neue Klasse rafforzerà ulteriormente la nostra posizione nel segmento premium e nella mobilità elettrica – già entro la fine dell'anno arriverà anche il BMW i3, un altro modello della Neue Klasse», afferma Sergio Solero.

Parallelamente, la trasformazione della rete di vendita prosegue nell'ambito del progetto Retail.Next. Nella prima metà del 2026 altri punti vendita saranno adattati al nuovo concetto di esperienza cliente.

Comunicato stampa

Data 08. Aprile 2026

Tema **BMW Group Switzerland rivendica la leadership nel segmento premium nel primo trimestre 2026.**

Pagina 4

**BMW Group Switzerland, vendite del 1° trimestre 2026 a colpo d'occhio
con confronto rispetto all'anno 2025.**

	1° trimestre	1° trimestre	Variazione rispetto all'anno precedente %
BMW Group Automobili	5'678	5'927	-4.2%
BMW Group elettrificato*	2'140	2'144	-0.2%
BMW	5'010	5'030	-0.4%
BMW elettrificato*	1'898	1'854	+ 2.4%
BMW BEVs	811	903	-10.2%
BMW PHEVs	1'087	951	+14.3%
MINI	668	897	-25.5%
MINI BEVs	242	290	-16.6%
BMW Motorrad	771	748	+3.07%

*BEV und PHEV

Comunicato stampa

Data 08. Aprile 2026

Tema **BMW Group Switzerland rivendica la leadership nel segmento premium nel primo trimestre 2026.**

Pagina 5

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:
Comunicazione aziendale e affari governativi,
BMW Group Switzerland

Fabio Zingg, Manager Corporate Communications

E-Mail: fabio.zingg@bmw.ch

Tel: +41 58 269 1094

Sven Grützmacher, Direttore Comunicazione aziendale e affari governativi

E-Mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch

Tel.: +41 58 269 1091

Il BMW Group

Il BMW Group, con i suoi marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, è il principale produttore mondiale di automobili e motociclette di fascia premium e offre servizi finanziari premium. La rete produttiva del BMW Group comprende oltre 30 sedi produttive in tutto il mondo; l'azienda dispone inoltre di una rete di vendita globale con rappresentanze in più di 140 Paesi.

Nel 2025, il BMW Group ha registrato una vendita globale di 2,46 milioni di automobili e oltre 202.500 motociclette. L'utile ante imposte per l'anno fiscale 2025 è stato di 10,2 miliardi di euro, mentre il fatturato ha raggiunto i 133,5 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2025, l'azienda impiegava in tutto il mondo 154.540 collaboratori e collaboratrici.

Fin dalle sue origini, il pensiero a lungo termine e l'agire responsabile rappresentano la base del successo economico del BMW Group. La sostenibilità è una componente fondamentale della strategia aziendale di BMW Group, dalla catena di fornitura alla produzione, fino alla fine del ciclo di vita di tutti i prodotti.

www.bmwgroup.comLinkedIn: <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>