



Comunicato stampa
02 febbraio 2023

Media Opening BMW Group Italia 2023

Discorso di Massimiliano Di Silvestre – Presidente e AD di BMW Italia

Courmayeur – 31 gennaio 2023

Buonasera a tutti signore e signori,

ben trovati all'inizio di questo 2023, un anno che per noi sarà ricco di iniziative, novità di prodotto, eventi e anniversari. Quest'anno, infatti, celebriamo 50 anni dalla nascita di BMW Italia S.p.A, che aprì i battenti il 30 luglio 1973 a Palazzolo di Sona (Verona) e i 20 anni di BMW Roma (1 ottobre 2003). Avremo modo di festeggiare entrambe le ricorrenze insieme a voi e ai nostri clienti e partner.

In apertura del nostro incontro di oggi mi fa piacere anticiparvi anche un progetto di speciale di comunicazione di BMW Italia per raccontare il nostro modo di vedere e interpretare l'elettromobilità, in modo emozionale e passionale, attraverso la musica, la creatività e l'arte. E' un progetto innovativo che stiamo finalizzando e che avrete modo di apprezzare la prossima settimana durante la programmazione del Festival di Sanremo. Si tratta di qualcosa di straordinario ed emozionante che avrà anche uno sviluppo internazionale. Questa è l'Italian BMW Way!

Oggi è un piacere ospitarvi nel nostro Spazio BMW che abbiamo inaugurato lo scorso 8 dicembre qui a Courmayeur, località montana tra le più glamour in Italia. Una lounge calda, comoda ed accogliente per raccogliere la comunità appassionata di lifestyle e automobili premium, per condividere la nostra nuova gamma elettrificata e la nostra visione del futuro.

In questo luogo, riproponiamo lo stesso spirito che avete conosciuto e apprezzato nella House of BMW di via Verri a Milano, un'esperienza che abbiamo concluso lo scorso 6 gennaio, dopo oltre un anno nel quale abbiamo creato più di 170 attività e incontrato più di 15mila persone. La ciliegina sulla torta è stata la mostra "The

Italians' touch" che ha concluso questa straordinaria esperienza, con oltre 2 mila visitatori in quattro settimane.

Questo spazio di Courmayeur, che ne riprende filosofia e approccio, sarà la nostra Casa fino ad aprile. Un posto dove parlare di innovazione, sostenibilità, arte, cultura, food, lifestyle e molto altro ancora. Un luogo dove vivere e condividere esperienze, dove far conoscere meglio i nostri prodotti e testarli in condizioni estreme sulla pista innevata dell'Hotel Royal per apprezzarne la dinamica, come farete voi domani con la nostra nuova BMW i7 che guiderete su strada e con le vetture M ed M Performance su neve e ghiaccio.

Stasera però vogliamo fare il punto sul 2022 che si è appena concluso e indicarvi la strategia e le priorità per il 2023.

Dati a livello mondiale

Il **BMW Group** ha ancora una volta accelerato in modo significativo la sua crescita nella mobilità elettrica nel 2022. Come annunciato pochi giorni fa, siamo riusciti a raddoppiare le vendite di BEV rispetto al 2021 (+107,7%) con un totale di 215.755 veicoli BMW e MINI completamente elettrici consegnati. Un importante traguardo è stato raggiunto quando, verso la fine dello scorso anno, abbiamo consegnato il nostro 500.000° veicolo completamente elettrico ad un nostro cliente.

Se guardiamo ai dati complessivi del 2022, abbiamo consegnato un totale di 2.399.636 veicoli BMW, MINI e Rolls-Royce ai clienti di tutto il mondo, con una lieve flessione del 4,8% rispetto all'anno precedente. Il 2022 è stato un anno in cui tutti i settori hanno affrontato avversità dovute alla carenza di forniture, alle chiusure causate dalla pandemia in Cina e al conflitto in Ucraina. L'impatto principale è stato avvertito nei primi sei mesi dell'anno, con consegne in calo rispetto all'anno precedente, mentre la seconda metà del 2022 è stata in crescita.

Consentitemi una breve analisi sui singoli marchi. Partiamo da BMW.

L'anno scorso il marchio **BMW** ha venduto un totale di 2.100.692 unità (-5,1%) in tutto il mondo, mantenendo la posizione numero 1 nel segmento premium globale, registrando una forte crescita anche nei veicoli elettrificati, le cui vendite (inclusi gli ibridi plug-in) per l'intero anno sono aumentate del +35,6% rispetto all'anno precedente, con 372.956 veicoli.

La rinnovata gamma BMW si sta dimostrando estremamente attraente per il mercato. Ciò si riflette nell'elevato numero di ordini per modelli come la BMW X1 ed il crescente successo per la nuovissima iX1, la i4, la iX e la i7, la prima ammiraglia sportiva e di lusso completamente elettrica. Più avanti nel corso dell'anno, amplieremo la nostra gamma elettrica con la BMW i5.

La **BMW M GmbH** ha chiuso il suo cinquantesimo anniversario con un nuovo record assoluto, registrando una crescita del +8,4% rispetto all'anno precedente, con la vendita di 177.257 unità. Allo stesso tempo, il brand ha compiuto progressi sostanziali nell'elettrificazione del suo portafoglio prodotti con il lancio dei primi due modelli BMW M completamente elettrificati, la i4 M50 e la iX M60. Anche le nuovissime BMW M2 e la BMW M3 Touring, presentate di recente, hanno dato un contributo importante alla crescita delle vendite. La BMW XM, con tecnologia ibrida plug-in, ha aperto un nuovo capitolo della storia della marca e sarà la M più potente di sempre con circa 750V.

Con un totale di 202.895 moto e scooter consegnati ai clienti, in crescita del +4,4% rispetto all'anno precedente, **BMW Motorrad** ha registrato il miglior risultato di vendita di sempre nella storia dell'azienda. L'irresistibile offensiva di marca, con prodotti di successo in ciascuno dei segmenti, e l'introduzione sul mercato di nuovi modelli per la mobilità urbana, come il BMW CE 04 completamente elettrico, sono stati fattori determinanti per il successo del 2022.

Passiamo a MINI. L'anno scorso abbiamo raggiunto 292.923 unità (-3,0%). Le vendite dei modelli MINI elettrificati hanno avuto un andamento positivo, in crescita del 14,3% a 60.839 veicoli (incluse le ibride plug-in) che hanno rappresentato circa il 21% delle vendite totali di MINI nel mondo nel 2022.

La MINI Cooper SE completamente elettrica è rimasta la versione più venduta del marchio nel 2022, con 43.744 unità vendute, in crescita del 25,5% rispetto all'anno precedente.

Nell'anno in cui **Rolls-Royce Motor Cars** ha presentato Spectre, la prima super coupé elettrica extralusso al mondo, l'azienda ha registrato anche il record di vendite dei suoi 118 anni di storia, con 6.021 auto consegnate ai clienti in tutto il mondo (+7,8%). Ognuna di queste vetture è Bespoke: realizzata secondo i desideri del cliente, fin nei minimi dettagli. Il valore medio di ogni auto venduta è stato elevatissimo, di circa mezzo milione di euro.

Veniamo al nostro Paese

Lo scorso anno in Italia abbiamo confermato la leadership del mercato premium a livello di Gruppo con 65.287 unità vendute, in lieve flessione (- 6,2%) rispetto all'anno precedente per le tematiche di scarsa disponibilità di prodotto che ci hanno condizionato soprattutto nel terzo trimestre dell'anno a fronte di un'entrata ordini che è stata la migliore di sempre per BMW Italia e che oggi ci consente di poter contare su un portafoglio molto importante per tutti i marchi del Gruppo. Confermata anche la leadership di Gruppo nel segmento premium delle vetture elettrificate con una quota del 33% e 11.776 vetture vendute (+13,3% rispetto al 2021) dei marchi BMW e MINI.

Mi preme condividere con voi una riflessione sul nostro approccio strategico al mercato 2022 per interpretare meglio i nostri risultati dello scorso anno e offrire una lettura chiara e trasparente delle nostre performance.

Noi di BMW Group Italia presidiamo il mercato premium con due marchi: BMW e MINI. Nel 2022, un anno in cui attendevamo il lancio della nuova BMW X1 avvenuto nel quarto trimestre 2022, abbiamo consolidato la nostra leadership nei segmenti di ingresso del mercato premium con il brand MINI che ha avuto risultati eccellenti sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo.

Con la marca BMW, abbiamo rafforzato la nostra leadership nei segmenti medio-alti del mercato premium presidiando quelli di ingresso con il brand MINI che ha confermato il suo primato. Questo approccio ci ha consentito da un lato di rafforzare ulteriormente il posizionamento premium di marca (penso ad esempio al lancio della nuova BMW Serie 7, per la prima volta a partire dalla versione full electric o della nuova BMW X7) e dall'altro di incrementare significativamente la profittabilità della rete e di BMW Italia. In sintesi, abbiamo venduto di più e meglio nei segmenti più prestigiosi del mercato premium presidiando con successo il settore delle piccole premium con il brand MINI.



La performance eccellente della nuova BMW X1, straordinaria per design e tecnologia, darà ulteriore slancio quest'anno alle nostre prestazioni in modo trasversale su tutti i segmenti del mercato premium senza perdere il focus su prodotti fondamentali per traguardare l'eccellenza nello sviluppo del business come XM, M3 Touring, la nuova Serie 5, e i rinnovate X5, X6 e X7. Su questi temi tornerò alla fine del mio intervento.

Condivisa questa riflessione, consentitemi di riprendere l'analisi puntuale.

BMW con 47.442 unità vendute (-7,5%) ha fatto segnare un incremento della market share nel segmento premium (passata da 3,5 a 3,6%) e la leadership chiara sia nel mercato XEV (8.723 unità con una segment share del 24,5% rispetto al 20,4% del 2021) che BEV (2.064 unità con una segment share del 15,5% rispetto all'8,3% del 2021 e una crescita del 120%). Molto significativo il dato relativo alla Serie 4 Gran Coupé: il 55% delle vetture immatricolate è elettrico con 684 BMW i4 vendute.

Nel segmento delle vetture ad elevate prestazioni in cui opera il marchio **BMW M**, abbiamo ottenuto delle ottime performance con 2230 unità vendute tra M ed M Performance, ma vantiamo grandi aspettative per il 2023 perché abbiamo un line up di modelli straordinario.

Questi risultati nascono anche dal grande lavoro fatto dal team di marketing che ha supportato la direzione vendite con iniziative di grande successo. Penso alla campagna di pre-lancio della BMW X1 (con circa 4mila ordini prima del debutto sul mercato), oppure l'XEV Roadshow con 61 tappe e oltre 5mila test drive o ancora il BMW M Town Tour che ha toccato 40 località, coinvolgendo 32 dealer e realizzando 3.500 test drive. O ancora le partnership con AC Milan e la Federazione Italiana Tennis, o il campionato M2 CS Racing e il nostro impegno al fianco del team Ceccato Motors nel Gran Turismo. Queste attività e molte altre che oggi non abbiamo il tempo di illustrare hanno rafforzato il brand e la reputazione della marca nel nostro Paese supportando la desiderabilità dei nostri prodotti.



Per quanto riguarda **BMW Motorrad**, con 15.901 unità immatricolate ha confermato la leadership mercato nel segmento oltre 500cc, con una quota del 17,2%, che cresce al 25,1% nel segmento oltre 750cc dove si concentra la nostra gamma di prodotti. La BMW R1250GS resta la moto più venduta nel mercato di riferimento. Ottime anche in Italia le performance del nuovo e innovativo scooter elettrico BMW CE 04 che, lanciato sul mercato il 26 marzo 2022, ha consuntivato 583 unità immatricolate.

Il **brand MINI** come accennavo poco fa, con 17.845 vetture vendute è rimasto sugli elevati livelli dell'anno precedente (-2,6%), incrementando la segment share nel mercato premium (da 8,9% a 9,1%). Il volume di vetture elettriche vendute è aumentato del 18% consolidando la quota di mercato che si è attestata all'11,7%. Il 33% delle MINI tre porte immatricolate è elettrico. Il brand JCW, che identifica le MINI più sportive, ha raggiunto il volume di immatricolato più alto di sempre con quasi 800 unità (799 per essere precisi).

Eccellenti anche le performance di **Rolls-Royce** della nostra filiale diretta BMW Roma (unico venditore autorizzato RR in Italia) con 27 vetture immatricolate e un portafoglio ordini sulla nuova Spectre davvero significativo.

Prospettive 2023 a livello globale e nazionale

Vorrei chiudere, con le prospettive a livello globale e nazionale per l'anno che si è appena aperto.

Le nostre previsioni sono di consolidamento del percorso di crescita.

L'attenzione sarà chiaramente rivolta a continuare a incrementare l'elettromobilità. L'obiettivo è di arrivare almeno al 15% di veicoli elettrici sul totale delle nostre vendite mondiali alla fine dell'anno. Con il lancio della BMW i5 nel corso del 2023 faremo un altro passo importante sulla strada dell'elettrificazione della nostra gamma di modelli. Anche per il brand BMW M, si prefigura un anno record grazie a BMW M2, BMW M3 Touring e BMW XM.

Abbiamo ripetuto molte volte nei mesi scorsi che il futuro del **BMW Group** è elettrico, circolare e digitale. Uno step fondamentale nel percorso verso la NEUE KLASSE è stato presentato al CES di Las Vegas tre settimane fa: BMW i Vision Dee rappresenta la visione del BMW Group sulla futura esperienza digitale, sia all'interno che all'esterno del veicolo. Forniremo ulteriori informazioni e anteprime del rivoluzionario concetto di veicolo della NEUE KLASSE nel corso dell'anno.

In Italia, in linea con quanto avverrà a livello globale, vogliamo incrementare la nostra segment share nel mercato premium, consolidare la leadership nel mercato elettrificato grazie anche al lancio della BMW iX1 e della nuova Serie 5 disponibile per la prima volta nella versione full electric e alla nuova BMW i4 eDrive35 che va a completare l'offerta della gamma BMW i4. Vogliamo anche conquistare la leadership nel segmento delle supersportive potendo contare su prodotti straordinari come M2 Coupé ed M3 Touring particolarmente graditi dal pubblico italiano. Grande focus nostro e della rete anche sulla BMW X3 che ancora oggi è un benchmark del mercato, in attesa dell'arrivo delle nuove versioni di BMW X5 e X6 da sempre molto apprezzate dai clienti italiani.

BMW Motorrad celebrerà nel 2023 i suoi 100 anni di storia con la presentazione di modelli heritage dell'anniversario (con le famiglie R-nineT e R 18) e l'espansione della gamma supersportive (nuova S 1000 RR) ed M (nuova M 1000 R). Noi siamo il quarto mercato mondiale per le due ruote e nei giorni scorsi al Motorbike Expo di Verona abbiamo già avviato i festeggiamenti dell'anniversario della marca. In Italia, analogamente a quanto avverrà a livello globale, manterremo alto anche il focus sullo scooter elettrico BMW CE 04: rappresenta la proposta di prodotto di BMW Motorrad all'interno della strategia di sostenibilità del gruppo. Non rimarrà un esercizio isolato, ma nel futuro proporremo un ampliamento della gamma elettrica anche nelle due ruote.

Il 2023 sarà un anno molto importante anche per **MINI**. Il marchio festeggerà i 110 anni di produzione automobilistica dello stabilimento di Oxford e presenteremo i primi due modelli completamente elettrici della nuova famiglia MINI. In Italia vogliamo consolidare la leadership nel mercato premium delle vetture piccole e preparare al meglio il lancio della nuova offensiva di prodotto che vedrà la gamma rinnovarsi in modo importante con particolare attenzione al mondo elettrico. Avremo il piacere di raccontarvi di più tra qualche mese.



Per **Rolls-Royce**, c'è grande attesa per il debutto sul mercato della nuova Spectre completamente elettrica, dopo un'anteprima mondiale di grande successo in ottobre e un'entrata ordini davvero importante. La reazione, eccezionalmente positiva, dei clienti alla Spectre conferma la correttezza della nostra strategia di trasformare Rolls-Royce in un brand completamente elettrico entro la fine del 2030.

Dal punto di vista della strategia, stiamo portando avanti una ulteriore digitalizzazione delle vendite e del marketing. In futuro, ci affideremo alla vendita diretta in 24 mercati europei, attraverso un sistema di agenzia che stiamo definendo in partnership con la nostra rete di concessionari. L'obiettivo è quello di aumentare la soddisfazione del cliente, migliorare l'esperienza premium di brand, assicurando al contempo la profittabilità nostra e dei retailers.

Il nuovo modello di agenzia comporterà anche una maggiore trasparenza dei prezzi e garantirà ai clienti un'offerta identica e coerente in tutti i canali di vendita. Quest'anno saranno poste le condizioni che consentiranno a MINI di iniziare la trasformazione del modello di business nel 2024. Noi in Italia stiamo lavorando fianco a fianco con i nostri concessionari, definendo insieme le linee guida e il perimetro del nuovo modello di business.

Signore e signori,

il 2023 sarà un altro anno ricco di sfide, incertezze e grande competitività sul mercato. Una cosa ci tengo a dirvi. Siamo preparati ad affrontare le sfide, abbiamo una strategia chiara, una rete di partner straordinaria e un'offensiva di prodotti da togliere il fiato che ci consentiranno di essere di nuovo protagonisti sul mercato, con il chiaro obiettivo di consolidare la nostra leadership ed essere i frontrunner della mobilità sostenibile come abbiamo fatto negli ultimi 15 anni, prima con il progetto EfficientDynamics e dal 2011 con il lancio del brand BMW i.

Grazie dell'attenzione, buona cena e buon divertimento domani alla guida della nuova BMW i7 e delle vetture M ed M performance sulla pista ghiacciata.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager

BMW GROUP Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Telefono: +39 0251610088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group comprende oltre 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio nel mondo ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2022, il BMW Group ha venduto oltre 2,4 milioni di automobili e oltre 202.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

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

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

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

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

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