BMW Group
Relazioni Istituzionali e Comunicazione

Comunicato stampa N. 005/11

San Donato Milanese, 2 febbraio 2011

Le vendite della BMW M GmbH crescono significativamente nel 2010

Cresciute tutte le attività commerciali. Quasi 17 mila auto BMW M vendute in tutto il mondo. Il boom nella domanda rende la Cina il quarto mercato in termini di solidità

Monaco. La BMW M GmbH ha concluso l'esercizio 2010 con un aumento significativo delle vendite. In un anno segnato da grandi cambiamenti nella gamma dei modelli, il numero di auto BMW M vendute è cresciuto del 14,2% a 16.967 unità. Complessivamente, la crescita mondiale della domanda di auto sportive ad alte prestazioni, di pacchetti M Sport, di opzioni speciali esclusive BMW Individual, nonché di corsi di guida ha contribuito a questo risultato. Si prevedono considerevoli impulsi alla crescita anche per il 2011, grazie ad un pacchetto M Sport ampliato, alla gamma di prodotti BMW Individual e al lancio della BMW Serie 1 M Coupé, che porta l'azienda in un nuovo segmento di veicoli. Oltre a tutto ciò, anche lo sviluppo di veicoli dedicati a compiti speciali e di sicurezza basati su attuali modelli di serie BMW rientrerà in futuro sotto la competenza della BMW M GmbH.

La crescita globale del 14,2% delle nuove immatricolazioni fatta registrare lo scorso anno dalla sussidiaria della BMW AG, che eguaglia esattamente il tasso di crescita del BMW Group nel suo insieme, testimonia il forte e duraturo fascino esercitato da queste auto sportive da alte prestazioni. L'uscita di produzione dei modelli BMW M5 e M6 è stata più che compensata dalla continua e forte domanda per la BMW M3 e per i modelli a trazione integrale BMW X5 M e X6 M recentemente introdotti. Ancora una volta la BMW M3 ha mantenuto la sua posizione di ambasciatore più affermato della filosofia M. In tutto il mondo, sono state vendute 5.729 unità della BMW M3 Coupé, alle quali si devono aggiungere 2.544 unità della BMW M3 Cabrio e 1.843 unità della BMW M3 Berlina. Le vendite dei modelli BMW X5 M e X6 M hanno totalizzato 2.778 e 3.082 unità rispettivamente.

Società
BMW Italia S.p.A.

Società del
BMW Group

Sede
Via della Unione
Europea,1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)

Telefono
02-51610111

Telefax
02-51610222

Internet
www.bmw.it
www.mini.it

Capitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.
MI 1403223

N. Reg. Impr.
MI 187982/1998

Codice fiscale
01934110154

Partita IVA
IT 12532500159

Il più importante mercato singolo nel 2010 è stato ancora una volta quello degli Stati Uniti, dove le vendite complessive di auto BMW M sono cresciute di oltre il 6%, con 6.821 unità. Il mercato al secondo posto è stato, come in precedenza, quello nazionale tedesco, con la vendita di 1.716 auto, seguito da Gran Bretagna e Irlanda del Nord con 1.264 unità. La crescita più dinamica si è vista senz'altro nel mercato automobilistico cinese, dove le vendite sono crescite del 355% a 1.088 unità, il che rende la Cina il quarto più forte mercato per le auto BMW M. La BMW M GmbH ha fatto registrare notevoli tassi di crescita anche in Brasile (+237%) ed in Russia (+104%).

Pacchetti M Sport: crescita nelle vendite e gamma in continua espansione anche nel 2011

Per quanto riguarda le vendite dei pacchetti M Sport, ora disponibili per virtualmente tutte le gamme di modelli, la BMW M GmbH ha fatto registrare una crescita anche durante l'ultimo esercizio. Lo sviluppo di componenti aerodinamici, di telai e di allestimenti interni ed esterni specifici per i singoli modelli ha aggiunto ulteriore appeal al piacere di guidare ultrasportivo in ogni categoria. Inoltre, la gamma di opzioni si va ampliando sempre più. Il ventaglio di queste offerte spazia attualmente dalla BMW Serie 1 alla BMW Serie 7 e

comprende anche la BMW Z4 e la BMW X5. Il 2011 vedrà aggiungersi a questa lista anche i modelli BMW X3 e X1.

In totale, il numero di pacchetti M Sport prodotti nel 2010 è cresciuto dell'1% a 138.800. Il principale mercato per questi pacchetti è stato quello della Gran Bretagna e dell'Irlanda del Nord, seguito dalla Germania e dagli Stati Uniti. Questi mercati ancora una volta hanno fatto registrare una crescita nel 2010, mentre gli aumenti percentuali più alti si sono registrati in Corea (+411%), in Cina (+125%) ed in Russia (+107%).

La BMW Individual vanta i maggiori tassi di crescita
Un aumento significativo nella domanda per opzioni speciali molto esclusive nei settori della verniciatura della carrozzeria, delle ruote in lega e delle finiture interne hanno spinto in alto le cifre di produzione della BMW Individual nel 2010. Nel corso dell'anno, la produzione è aumentata a 24.155 opzioni, con le quali le auto coinvolte sono state valorizzate in base alle preferenze personali dei clienti. Ciò rappresenta un tasso di crescita del 47%.

La Germania, che continua ad essere per il programma BMW Individual il singolo mercato più importante, ha fatto registrare una crescita del 16%. Grazie ad un aumento del 119%, gli Stati Uniti costituiscono ora per le vendite la seconda regione più importante. La domanda per prodotti BMW Individual ha visto una crescita eccezionalmente dinamica in Cina (+275%) e in Russia (+182%).

BMW Driving Experience: il know-how professionale per un maggior piacere di guidare, sempre più gradito
Anche il programma "Driving Experience" del BMW Group ha incontrato maggiore interesse nel 2010. Il numero di partecipanti è cresciuto del 21% a 12.945 persone, un risultato eccezionale nel mercato tedesco. Questo programma, ideato e organizzato dalla BMW M GmbH, comprende BMW Driving Experience e MINI Driving Experience. Si possono scegliere brevi corsi per principianti fino a viaggi avventura e corsi di guida in pista per gli appassionati di automobilismo. Istruttori esperti mettono a disposizione in modo mirato il loro know-how a gruppi specifici di clienti per assicurare ai partecipanti un piacere di guidare consapevole.

Sono stati soprattutto i corsi Experience del programma BMW Group Driving Experience a riflettere una forte crescita della domanda, con punte del 69%. Anche EfficientDynamics Training, insieme ad esercizi sulla sicurezza, introdotti nel 2008, ha fatto registrare una crescente popolarità nel 2010. Il numero di partecipanti desiderosi di apprendere meglio la guida economica e sicura è cresciuto del 27%. Il programma ristrutturato per BMW Motorrad Training ha anch'esso innescato un crescente interesse: il programma ampliato ha portato ad un incremento della partecipazione del 208%.

BMW M GmbH: prestazioni al top per esigenze speciali – ora anche per i veicoli di sicurezza e per quelli dedicati a compiti particolari
Un altro importante aspetto del programma BMW Group Driving Experience è costituito dall'addestramento speciale per i conducenti di veicoli di sicurezza BMW. Il BMW Security Training insegna ai conducenti di veicoli blindati e non ad eseguire con abilità manovre difficili, a gestire situazioni di emergenza con destrezza e a portare i passeggeri sani e salvi a destinazione. Circa 200 partecipanti si sono iscritti a questo corso nel 2010.

Il 2011 vede la BMW M GmbH estendere la sua sfera di responsabilità per comprendere lo sviluppo di veicoli di sicurezza e veicoli destinati a compiti speciali per autorità di governo e per enti pubblici. Con questa quinta area di attività, la BMW M GmbH guadagna nuove possibilità per sfruttare e per ampliare ulteriormente la sua esperienza

ultratrentennale nella personalizzazione dei veicoli in base alle richieste della clientela – fino alla costruzione di modelli in esemplare unico. Analogamente a quanto avviene con le auto sportive ad alte prestazioni della BMW M GmbH, anche questi veicoli di sicurezza e per compiti speciali vengono costruiti nell'ambito di un processo di sviluppo integrato che viene guidato dalle specifiche richieste dei clienti; ciò assicura che queste specifiche coincidano con la massima utilità quotidiana e con gli standard di qualità e di sicurezza più severi del costruttore di auto premium BMW.

I veicoli di sicurezza BMW garantiscono una protezione efficace e su misura da attacchi criminali e da altre situazioni di pericolo. La gamma attuale comprende veicoli di sicurezza in varie classi di protezione, tutti certificati secondo gli standard internazionalmente riconosciuti. L'equipaggiamento di protezione costituisce una parte integrante del concetto del veicolo in questione. A differenza di misure di sicurezza allestite in post-produzione, questo principio assicura che tutti le componenti siano adattate perfettamente al modello specifico. Per esempio, una cellula passeggeri blindata offre protezione per l'intero abitacolo, comprese tutte le giunture. Anche quando si tratta della messa a punto delle sospensioni, vengono considerate fin dall'inizio le caratteristiche specifiche del veicolo di sicurezza, compreso il peso supplementare. Inoltre, tutti i dettagli dell'equipaggiamento specifico soddisfano gli alti standard di qualità e di sicurezza del BMW Group. Un altro vantaggio di questo processo integrato di sviluppo sta nel fatto che il progetto del veicolo non viene influenzato dall'implementazione degli elementi di sicurezza. A prima vista, i modelli blindati BMW non si distinguono dai modelli standard e sono quindi difficilmente individuabili in mezzo al traffico.

Per quanto riguarda il campo di veicoli destinati a compiti speciali per le forze di polizia, per i pompieri e i servizi di emergenza in Germania e all'estero, l'integrazione dei requisiti specifici rappresenta una sfida particolare per il processo di sviluppo e produzione. BMW è l'unico costruttore automobilistico tedesco a integrare sistematicamente queste esigenze durante il processo di produzione in serie. Ciò significa che auto di pattuglia della polizia, per esempio, insieme alla loro tecnologia specifica inerente le trasmissioni radio, la segnalazione e le misurazioni, vengono costruite in parallelo con i corrispondenti modelli di serie presso lo stesso stabilimento.

Oltre a ciò, viene data priorità ad un collegamento funzionalmente ottimizzato con il veicolo di serie già nella fase di sviluppo dei componenti costruiti su ordinazione per i veicoli destinati a compiti speciali. Un dialogo costante tra la BMW e i futuri utenti assicura che vengano trovate le appropriate soluzioni integrate. Ciò garantisce un processo complessivo per l'equipaggiamento di veicoli per compiti speciali che, da un parte, soddisfa gli alti standard di qualità della BMW e, dall'altra, risponde alle esigenze specifiche degli utenti.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Tel.: 02.51610.294 Fax: 02.51610.416
E-mail: Roberto.Olivi@bmw.it

Contatti stampa: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e http://bmw.lulop.com (filmati)

La BMW M GmbH

La BMW M GmbH è una sussidiaria al cento% della BMW AG. Con prodotti e servizi nei cinque settori: BMW M Automobiles, BMW Individual, M Sport Packages e Options, BMW Group Driving Experience, nonché veicoli per compiti speciali e di sicurezza, essa si rivolge a clienti particolarmente esigenti per quanto riguarda le prestazioni, l'esclusività e la personalizzazione dei loro veicoli.
La società con sede a Monaco è stata fondata nel 1972 come BMW Motorsport GmbH. Da allora, la lettera "M" è internazionalmente sinonimo di successo nello sport motoristico e del fascino delle auto sportive ad alte prestazioni per la guida quotidiana. La produzione di automobili BMW M è integrata nei processi produttivi degli stabilimenti BMW. La BMW M GmbH è riconosciuta come costruttore automobilistico indipendente.
Nell'esercizio 2010, la BMW M GmbH ha fatto registrare vendite in tutto il mondo di circa 17.000 veicoli. La BMW M GmbH impiega attualmente circa 500 persone nelle aree dello sviluppo, dell'amministrazione e del marketing.

BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 24 stabilimenti di produzione dislocati in 13 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.
Il BMW Group ha raggiunto nel 2010 volumi di vendita di circa 1,46 milioni di automobili e oltre 98.000 motociclette.
Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.