

Discorso

Dott. Norbert Reithofer

Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG

Auto Shanghai 2007

Conferenza Stampa del BMW Group

Shanghai, 20 aprile 2007

– Fa fede solo il testo pronunciato –

Signore e signori ,

benvenuti alla conferenza stampa qui ad Auto Shanghai 2007!

Gli argomenti di cui vorremmo parlarvi oggi sono i seguenti:

- Lo stato generale del BMW Group,
- Il ruolo del mercato cinese per la nostra azienda,
- L'importanza della tecnologia "BMW EfficientDynamics" per il BMW Group
- e naturalmente i nuovi prodotti che stiamo presentando qui a Shanghai.

Permettetemi di cominciare dai nostri dati aggiornati relativi alle vendite. Abbiamo già annunciato, all'inizio dell'anno, i nostri obiettivi per il 2007.

Quest'anno abbiamo in programma di consegnare oltre 1,4 milioni di veicoli dei nostri marchi: BMW, MINI e Rolls-Royce. Alcuni di voi forse ricorderanno che questo era il nostro obiettivo per il 2008. Allo stato attuale, siamo in grado di raggiungere questo traguardo con un anno d'anticipo sul previsto!

E siamo certamente sulla giusta strada: nel primo trimestre dell'anno, abbiamo consegnato ai nostri clienti oltre 333.000 veicoli BMW, MINI e Rolls-Royce. Ciò significa che nel primo trimestre del 2007 le vendite al dettaglio sono aumentate leggermente rispetto al 2006.

Questo sviluppo soddisfa in tutto e per tutto le nostre aspettative. La curva delle vendite di quest'anno avrà un andamento diverso rispetto all'anno scorso. Le vendite si svilupperanno più moderatamente nei primi mesi dell'anno.

Ciò è dovuto ai nostri cicli del modello e, soprattutto, al nostro calendario di lancio. Per il secondo trimestre, prevediamo già tassi di crescita più dinamici – in quanto i nuovi modelli stimoleranno il mercato.

Anche il mercato cinese gioca un ruolo importante per noi. Questo sta chiaramente diventando uno dei mercati automobilistici più importanti del mondo.

Siamo ancora convinti che questo Paese abbia un potenziale enorme. Il nostro obiettivo è aumentare le vendite in Asia fino a raggiungere i 150.000 veicoli entro il prossimo anno. E le nostre fortunate operazioni in Cina contribuiranno in maniera determinante al raggiungimento di questo traguardo:

- In marzo, abbiamo venduto in totale oltre 3.600 veicoli dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce nella Cina Continentale, il che equivale a un aumento del 31 per cento rispetto a marzo 2006.
- Nel primo trimestre del 2007, nella Cina Continentale abbiamo registrato un volume di vendite al dettaglio pari a oltre 10.100 veicoli – il 34,2 per cento in più rispetto al primo trimestre dell'anno scorso.

Grazie ai risultati ottenuti nel primo trimestre, continua il nostro crescente successo in questo mercato. Negli ultimi cinque anni, il marchio BMW da solo è cresciuto di oltre il 750 per cento nella Cina Continentale. Nessun altro importante marchio premium ha ottenuto tassi di crescita così dinamici in questo mercato.

Nella Cina Continentale, la quota di mercato del marchio BMW nei segmenti premium è attualmente pari a circa il 20 per cento. Nel 2006, molti importanti modelli sono stati leader di segmento, per esempio la BMW Serie 7 o i nostri SAV (Sports Activity Vehicles) BMW X3 e BMW X5.

La versione lunga della nostra BMW Serie 5, sviluppata esclusivamente per questo mercato, è partita con il piede giusto. Questo modello risponde esattamente alle richieste dei nostri clienti. E sono sicuro che, sul lungo termine, riusciremo a mantenere una posizione dominante nei segmenti dei prodotti di lusso di questo importante mercato.

Dopo tutto, disponiamo delle giuste prerogative:

- prodotti attraenti come quelli che potete ammirare qui nel nostro stand,
- ma anche il necessario impegno locale. Grazie alla nostra joint-venture BMW Brilliance Automotive Ltd., siamo ben radicati in Cina. Abbiamo successo. E siamo inoltre convinti che questo sia il modo giusto per continuare ad avere successo in questo importante mercato.

Signore e signori .

Il motto del nostro stand qui ad Auto Shanghai è “BMW. Piacere di guidare allo stato puro”. Fondamentalmente, questo vi fa capire qual è la filosofia del marchio BMW: vogliamo che i nostri veicoli e le nostre motociclette regalino ai nostri clienti il massimo piacere di guida – e credo che sarete d'accordo con me che questo è esattamente ciò che BMW fa meglio.

C'è poi un'altra questione che sta attirando sempre maggiore attenzione da parte dei media – non soltanto in Europa e negli USA, ma anche in Cina. Il problema del cambiamento climatico. Ciò rappresenta una sfida per l'industria automobilistica e per ogni azienda del nostro settore d'attività. Dobbiamo progettare veicoli sempre più efficienti ed ecologici.

La nostra risposta a questa sfida è la tecnologia “BMW EfficientDynamics”:

- Vogliamo mantenere e rifinire la “dinamica” dei veicoli BMW e allo stesso tempo anche
- aumentare l’“efficienza” delle nostre auto. Il consumo di benzina dovrà essere ulteriormente ridotto. Lasciate che vi faccia un esempio: dal 1990, abbiamo già abbassato il consumo del parco dei nostri veicoli in Germania di quasi il 30 per cento. Un vero progresso!

E con la tecnologia “BMW Efficient Dynamics”, abbiamo un'idea globale:

- Continuare a ottimizzare i nostri propulsori.
- Sviluppare soluzioni intelligenti per l'intera gestione dell'energia dei veicoli.
- Costruire materiali leggeri.
- Migliorare l'aerodinamica dei nostri veicoli.
- Parola chiave: ibrido. Sul medio termine, anche questo, naturalmente, sarà un elemento della tecnologia “BMW EfficientDynamics”. Abbiamo appena avviato una nuova collaborazione con DaimlerChrysler. Insieme svilupperemo componenti ibridi in Germania.
- A lungo termine, reputiamo che l'idrogeno sia la soluzione per la mobilità individuale. Abbiamo già raggiunto molti traguardi in questo ambito.

Signore e signori,

siamo oggi lieti di presentare un'esclusiva *concept car* mai mostrata in precedenza. Questa è una prima volta per noi in Cina. Perciò è una vera prima visione mondiale!

Come azienda costruttrice di veicoli dinamici stiamo ora presentando uno studio di concetto relativo a una Gran Turismo a quattro porte. Con questo concept, vorremmo dimostrare che ci sono ancora molte opzioni per il marchio BMW. Questo prototipo mostra le possibili evoluzioni del nostro linguaggio progettuale.

Perciò date il benvenuto al BMW Concept CS!

A nome del BMW Group, vorrei ringraziarvi per l'attenzione e invitarvi adesso a salire sul palco per ammirare più da vicino i nostri nuovi prodotti.

Molte grazie.