

Buonasera signore e signori e benvenuti alla nostra cena media che precede l'apertura dell'88esima edizione del Salone dell'auto di Ginevra.

Questa sera vorrei soffermarvi con voi su alcuni temi che sono strategici per il BMW Group per poter affrontare le sfide del futuro e rimanere leader anche nei prossimi anni.

Vorrei toccare quattro punti.

Primo. La trasformazione del Gruppo in una azienda che mette al centro il cliente e capace di diventare una tech company in grado di offrire servizi a 360°.

Secondo. Il successo della nostra strategia di elettrificazione e la visione per il 2018.

Terzo. La nostra offensiva nel segmento alto di gamma.

Quarto. La storia di successo dei modelli X.

Partiamo dal primo punto: la metamorfosi che sta facendo il nostro Gruppo per essere in grado di fornire risposte concrete in ogni settore alle future offerte di mobilità.

Al Mobile World Congress di Barcellona che si è svolto la scorsa settimana, abbiamo dimostrato come il cliente sia fortemente al centro della nostra strategia presentando alcuni esempi concreti di come la connessione digitale e intelligente tra la vettura e il conducente sia non solo possibile ma già oggi realizzabile. Un buon esempio è la BMW Digital Key, che sarà introdotta nel corso del 2018 per facilitare la connettività seamless.

In pratica attraverso il proprio smartphone (inizieremo con dispositivi Samsung con chip NFC) sarà possibile aprire la propria auto e anche condividere 5 copie digitali della chiave con altri utenti, una vera e propria svolta nel rapporto con l'automobile e il suo utilizzo potenzialmente in sharing, anche privato.

Sempre a Barcellona abbiamo fatto una dimostrazione di guida autonoma di livello cinque su una BMW i3 con interazioni molto interessanti con gli smartphone, per testimoniare quanto la nostra ricerca stia andando avanti, e abbiamo presentato una ulteriore eSIM (dopo averne introdotta una di serie nel 2016 su tutti i modelli BMW) che presto renderà possibile incorporare il veicolo stesso nel contratto di utilizzo del proprio smartphone, aprendo nuovi scenari in termini di servizi e opzioni disponibili.

In tema di guida autonoma vorrei ribadire che oggi ci troviamo al livello 2. Purtroppo devo dire che spesso si fa molta confusione su questi temi sbandierando tecnologie che al momento o non esistono o non sono legalmente impiegabili. Noi prevediamo di presentare il primo prodotto di livello 3 vero nel 2021 con la BMW

iNext, un'auto sulla quale cominceremo a offrire in fase sperimentale tecnologia di livello 4. Il livello 5 verrà sviluppato dopo il 2020 in parallelo ai due step precedenti con fasi di test che vedranno i passeggeri salire a bordo delle auto senza essere coinvolti nella guida, anche se riteniamo da parte nostra che volante e pedali continueranno ad esserci per consentire a chi lo volesse di condurre il veicolo.

E per dovere di cronaca vorrei ricordare alcune pietre miliari del nostro percorso verso la guida autonoma:

Nel 2006 una Bmw Serie 3 girava da sola sul circuito di Hockenheim

Nel 2014 un prototipo automatizzato Bmw girava sulla speedway di Las Vegas provando che anche la guida al limite era possibile senza pilota

Nel 2014 abbiamo acquisito HERE da Nokia e nel 2016 abbiamo siglato l'intesa con Intel e Mobileye che poi ha visto aggiungersi altri importanti partner.

La connessione è un elemento fondamentale della nostra strategia futura. Lo scorso anno il 75% della nostra clientela si è registrata sulla piattaforma digitale di BMW Connected e puntiamo decisamente al 100%. Già oggi 10 milioni di clienti BMW sono connessi, offrendo una base molto interessante sulla quale lavorare per la condivisione delle informazioni sul traffico, ad esempio, e ridurre l'incidentalità.

Del resto l'obiettivo di arrivare a 100 milioni di clienti nel 2025 passa attraverso un passaggio epocale per noi: quello dal VIN (Vehicle Identification Number) al PIN (Personal Identification Number).

In futuro, il cliente potrà registrare il proprio profilo sul cloud e associare l'auto personale o quelle in condivisione di Drive Now. Basterà tenere lo smartphone in tasca e guidare: il sistema memorizzerà il profilo per tutte le vetture. Vogliamo passare da una filosofia "auto-centrica" a una "utente-centrica", con aggiornamenti e forniture di servizi durante l'intero ciclo di vita del prodotto. Come già avviene oggi per i migliori smartphone, ogni BMW sarà sempre un oggetto fresco, con chiari benefici per il suo valore residuo.

Per questo motivo, dopo BMW, a partire da marzo 2018, anche tutti i nuovi modelli MINI avranno la possibilità di avere come optional una SIM card 4G incorporata, che aprirà una nuova era di connettività. I nuovi servizi digitali che saranno abilitati saranno disponibili in 43 mercati (Italia inclusa) in tutto il mondo in seguito al lancio della nuova generazione di MINI Connected. Ciò permetterà a chi guida una MINI di accedere a un mondo digitale di servizi personalizzati concepiti per rendere la mobilità e la pianificazione quotidiana ancora più semplice e, così facendo, integrare perfettamente la MINI nella propria vita digitale.

Ma in questi primi mesi dell'anno, abbiamo fatto altri decisivi passi verso il futuro.

Il BMW Group ha acquisito a gennaio del 2018 Parkmobile, LLC, il maggiore provider di servizi mobili di parcheggio in Nord America. In questo modo siamo diventati il provider leader internazionale di soluzioni digitali di parcheggio. Fino al 30 per cento del traffico urbano è dovuto a coloro che cercano spazi per parcheggiare, ciò significa che ora, grazie a questa acquisizione, possiamo affrontare meglio questo punto dolente, ampliando la nostra offerta di servizi per i clienti di tutto il mondo.

Con l'acquisizione della quota Sixt SE in DriveNow, abbiamo proseguito il nostro sviluppo sistematico come azienda di mobilità customer-centric. Con questa operazione, possiamo offrire ai clienti soluzioni integrate efficienti e sostenibili. Drive Now ha superato il milione di clienti in tutto il mondo e la città di Milano con oltre 90 mila iscritti è uno dei benchmark a livello globale in termini di successo e utilizzo del servizio.

Del resto, il settore in rapida crescita dei servizi di mobilità è uno dei punti fondamentali della strategia aziendale NUMBER ONE>NEXT, com'è dimostrato dall'espansione da parte del BMW Group della sua offerta nelle aree della mobilità on demand (DriveNow e ReachNow), di parcheggi (ParkNow) e della ricarica delle batterie (ChargeNow) in modo sostenibile.

Passiamo ora al secondo punto, l'elettrificazione.

Il BMW Group, come promesso all'inizio dell'anno scorso, ha consegnato ai suoi clienti, in tutto il mondo, più di 100 mila veicoli elettrificati nel 2017. Un risultato che sottolinea il nostro ruolo di leader nella mobilità elettrica. Un'installazione luminosa di grande effetto ha festeggiato questo prestigioso traguardo quando a dicembre scorso la sede del BMW Group a Monaco, il "Quattro cilindri", si è trasformata in una pila elettrica.

"Noi rispettiamo le nostre promesse", ha detto Harald Krüger, Presidente del Board di BMW AG. "Questo edificio simbolo, alto 99 metri, sta illuminando la strada verso l'era della mobilità elettrica. La vendita di 100 mila auto elettrificate in un anno rappresenta un'importante pietra miliare, ma questo per noi è soltanto l'inizio. Dal lancio della BMW i3 nel 2013 abbiamo consegnato oltre 200 mila auto elettrificate ai nostri clienti e, entro il 2025, offriremo loro 25 modelli elettrificati. Il nostro tempestivo ingresso nella mobilità elettrica ha reso possibile questo successo e la mobilità elettrica continuerà a rappresentare il mio metro per valutare il nostro futuro successo".

E il nostro presidente ha dichiarato che l'obiettivo è arrivare a quota 500mila vetture elettrificate a fine 2019, con un target intermedio di 140 mila per il solo 2018.

La quinta generazione della propulsione elettrica e della tecnologia delle batterie - disponibile a partire dal 2021 - utilizzerà kit di elettrificazione modulari e scalabili

che permetteranno a tutte le auto del Gruppo BMW di essere equipaggiate con ogni tipo di motorizzazione.

Per il brand BMW i, che è stato fondato nel 2011, abbiamo registrato i marchi da BMW i1 a i9, nonché da BMW iX1 a iX9. Quest'anno vedremo il lancio della BMW i8 Roadster, seguita nel 2019 da una MINI completamente elettrica; nel 2020, dalla versione elettrica della BMW X3 e nel 2021 dalla nuova ammiraglia del marchio per quanto riguarda la tecnologia, la BMW iNext, che unirà la mobilità elettrica alla guida autonoma e a nuove opzioni di connettività interne per la prima volta su un modello di serie.

Abbiamo adottato un approccio olistico alla mobilità elettrica sin dall'inizio quando, nel 2007, abbiamo lanciato il progetto i, l'apripista della BMW i. L'anno seguente una flotta di vetture elettriche EV sono scese in strada in tutto il mondo nella più grande serie di test sul campo che l'industria automobilistica abbia mai visto.

Grazie al nostro approccio precoce alla mobilità elettrica, abbiamo già acquisito una posizione di leader nel mercato dei veicoli elettrificati. Secondo il rapporto indipendente POLK/IHS (pubblicato il 7 dicembre 2017), il BMW Group ha un chiaro vantaggio rispetto ai suoi concorrenti per quanto riguarda le immatricolazioni di nuovi veicoli completamente elettrici o ibridi plug-in in Europa, con una quota di mercato del 21 per cento.

Ciò significa che la nostra quota nel segmento dei veicoli elettrificati è più di tre volte quella che abbiamo nel mercato dei modelli tradizionali. Mentre, i veicoli elettrificati rappresentano ora il due per cento delle nuove immatricolazioni di tutti i costruttori in Europa, la quota del BMW Group è già del sei per cento. La posizione dell'azienda è altrettanto forte se parliamo del mercato mondiale, in cui siamo al 10 per cento del mercato elettrificato globale.

La nostra offerta di vetture elettriche ed elettrificate oggi comprende nove modelli che coprono quasi tutta la gamma. Alle tre BMW i (i3 BEV e REX e i8) si aggiungono, infatti, le BMW iPerformance, caratterizzate da un sistema propulsivo ibrido plug-in (disponibile sulla BMW Serie 2, 3, 5, 7 e la BMW X5) e la MINI Countryman, anch'essa disponibile con tecnologia ibrida plug-in. A completare i nove modelli elettrificati offerti dal BMW Group l'azienda produce anche lo scooter ideale per la mobilità elettrica urbana premium: il BMW C evolution.

Il recente annuncio relativo alla lettera di intenti siglata con Great Wall per la produzione in Cina della futura MINI elettrica **per il mercato locale** (che si affiancherà alla produzione di Oxford), apre una nuova frontiera anche per questo brand che sta entrando in una nuova, consentitemi di dire elettrizzante fase, della sua vita.

In Italia nel corso del 2017 sono state vendute 348 vetture elettriche BMW i3 di cui 216 dotate di Range Extender con una crescita del 54 % rispetto al 2016. Le immatricolazioni delle vetture elettrificate del BMW Group in Italia (elettriche e ibride plug-in) sono aumentate del 93 % raggiungendo quota 1.608. Segnali incoraggianti, certo, ma che senza il dovuto ed ormai indispensabile, e non più rinviabile, supporto delle istituzioni, non potrà raggiungere i livelli attesi e necessari al paese per rispettare gli accordi siglati in termini di tutela dell'ambiente a Parigi.

Mi piace ricordare che in un recente incontro Raffaele Tiscar, capo di gabinetto del Ministero dell'ambiente, ha ricordato come sia necessario dare una svolta alla politica del paese favorendo decisamente quelle soluzioni, come l'auto elettrica, che accelerano il processo di avvicinamento dell'Italia agli impegni siglati. Ci auguriamo che il prossimo Parlamento e il futuro governo diano finalmente un segnale concreto e di modernizzazione del paese in questa direzione.

Veniamo ora, più rapidamente agli ultimi due punti del mio intervento, perché sono certo avremo modo di parlare di prodotto domani sullo stand nel corso delle numerose interviste che abbiamo programmato.

Partiamo dall'offensiva nell'alto di gamma.

Il lancio dell'attuale modello di Serie 7, avvenuto a fine del 2015, ci ha consentito di tornare leader in un settore per noi fondamentale perché la nostra ammiraglia incarna tutti i valori del marchio in termini di tecnologia, design, lusso, connettività. In Italia abbiamo dato il nostro contributo posizionandola per due anni come l'automobile più venduta del segmento.

Ma il BMW Group non si è certo fermato qui. Con il lancio della Serie 6 Gran Turismo e la rinascita della Serie 8, presentata in anteprima come concept lo scorso anno a Villa d'Este, abbiamo dato un chiaro segnale dell'importanza di questo segmento per il futuro dell'azienda (sia in termini di volumi che di margini) e domani avrete una sorpresa sullo stand che vi darà l'esatta dimostrazione di quanto sto dicendo. Non chiedetemi di più adesso perché non posso dirvi nulla!

E veniamo all'ultimo punto, quello sulle vetture identificate dalla X.

Il rilancio di questa gamma è iniziato nel 2016 con la nuova BMW X1, che l'anno scorso è stata il modello più venduto della nostra gamma in Italia, con 13.336 unità consegnate chiaro leader nel suo segmento di riferimento.

Al recente salone di Detroit abbiamo presentato in anteprima mondiale la BMW X2 che nei prossimi giorni andrà in vendita nelle nostre concessionarie. Nei giorni scorsi abbiamo fatto la presentazione alla stampa italiana a Milano con grande ritorno in termine di apprezzamento.

Domani, come già annunciato, vedrete la nuova BMW X4 che si prepara a replicare il successo del modello che l'ha preceduta e che ha fondato il segmento delle Sport Activity Coupè di medie dimensioni. Avrete modo di notare le straordinarie doti dinamiche di questo modello che vanta un design ancora più emozionale ed atletico della versione attualmente sul mercato e che si differenzia decisamente dalla BMW X3 lanciata sul mercato alla fine dello scorso anno e che sta riscuotendo grande successo in tutti i paesi, incluso il nostro. La BMW X4 arriverà sul mercato nell'estate di quest'anno.

Vi ricordo che l'offensiva di modelli X è destinata ad ampliarsi ulteriormente con l'arrivo della BMW X7 presentata come concept al Salone di Francoforte dello scorso anno, una vettura pensata soprattutto per il mercato americano e cinese ma che non mancherà di trovare estimatori anche nel vecchio continente.

Questa gamma di vetture, parlo di X1, X3, X4, X5 e X6, hanno pesato lo scorso anno per circa il 34% del totale venduto mondiale con la X1 e la X5 (seguita dalla X3) a trainare il successo. Capite quindi quanto siano importanti per il Gruppo.

Sono sicuro che con il lancio della X2 (per la quale c'è una grande attesa) e della X4 questa quota sia destinata a crescere, nel mondo e nel nostro paese.

Signore e signori,

Come diciamo spesso negli ultimi due anni, il mondo sta cambiando rapidamente e nuove emozionanti e complesse sfide si sono affacciate sullo scenario globale. Il Bmw Group vuole continuare ad essere protagonista per guidare il cambiamento e non subirlo

“La logica vi porterà da A a B. L'immaginazione vi porterà dappertutto”, diceva Einstein e il futuro della mobilità sarà sicuramente un viaggio affascinante.

Grazie dell'attenzione, buona cena e buon lavoro domani.