



Automotive - Automotive, Bmw, Durante: "Nel 2028 la nostra prima auto a idrogeno, proseguiamo con l'elettrico"

Verona - 14 mag 2025 (Prima Pagina News) "L'apertura tecnologica ci permetterà di presentare 40 modelli nuovo o rivisti con tutte le motorizzazioni possibili".

Spazio all'elettrico, nella seconda giornata dell'Automotive Dealer Day in corso a Verona. Il tema, di grande attualità, è stato affrontato durante il convegno "La distanza tra consumatore ed elettrico: come modellare la relazione per colmare il gap". Si tratta di una differenza che è ancora accentuata e piena di traguardi che non sono stati ancora raggiunti. A tentare di indicare il percorso da seguire è stato il Direttore Vendite di Bmw, Gianluca Durante. Il brand tedesco è il primo in Europa nella vendita di auto elettriche, il secondo a livello mondiale dopo Tesla. "Intanto bisogna partire dal dato che l'elettromobilità non è l'unica via di sviluppo, anche se la principale. In quest'ottica – ha precisato Durante – Bmw ha sempre portato avanti tutti gli sviluppi tecnologici in qualsiasi motorizzazione e dal 2028 presenterà una vettura alimentata completamente a idrogeno. Nel lungo periodo abbiamo chiaramente un forte sviluppo e interesse verso l'elettrico. L'apertura tecnologica ci permetterà di presentare 40 modelli nuovo o rivisti con tutte le motorizzazioni possibili. Altro tassello fondamentale è la rete vendita. Siamo molto orgogliosi della rete dei concessionari. Grazie a loro riusciamo ad avere numeri positivi sul mercato. Abbiamo instaurato un dialogo che definirei proattivo e reattivo con la nostra rete di distribuzione. Per colmare il gap che ancora c'è tra offerta di mercato elettrico e richiesta dei consumatori – ha proseguito – credo non vi sia una ricetta comune, ma si possono individuare degli elementi chiave. Posso parlare della nostra esperienza che è quello di un approccio sistemico diviso in tipologia del prodotto con una sintesi tra costo e performance, iniziative commerciali con un dialogo continuo con la rete, una buona comunicazione e ultimo ma non meno importante il punto vendita attraverso il quale abbiamo ridefinito il processo di vendita. Sottolineerei la strategia di prodotto. Per questo abbiamo sette prodotti speciali, tre completamente elettrici e quattro ibridi, con contenuti e prezzo attrattivo già definiti a monte. A mio avviso quindi un approccio differenziato rispetto al resto della gamma per quanto concerne l'elettrico. Una filosofia che ci porta ad un'apertura a tutte le motorizzazioni ma con forte interesse verso l'elettrico", ha concluso.

(Prima Pagina News) Mercoledì 14 Maggio 2025