

Comunicato stampa
6 aprile 2020

Il BMW Group punta su flessibilità e solidarietà per gestire la pandemia di coronavirus

- Proteggere i dipendenti e assumersi responsabilità per la società
- Salvaguardare la liquidità e il successo a lungo termine dell'azienda
- Circa l'80% dei punti vendita chiusi in Europa; 70% negli Stati Uniti
- Il BMW Group ha venduto 477.111 veicoli nel primo trimestre
- Pieter Nota: "La Cina mostra i primi segni di ripresa"
- Aumento del 14% per i veicoli elettrificati. Sulla buona strada per raggiungere gli obiettivi di CO₂

Monaco. Durante l'attuale pandemia di coronavirus, proteggere i dipendenti e assumersi responsabilità per la società è la priorità numero uno per il BMW Group. Allo stesso tempo, è importante salvaguardare la liquidità dell'azienda e garantirne il successo a lungo termine. Il risultato delle vendite per il primo trimestre è stato offuscato dall'impatto globale di COVID-19 e dagli effetti della chiusura temporanea di un gran numero di punti vendita. Il BMW Group ha consegnato ai clienti un totale di 477.111 (-20,6%) veicoli premium BMW, MINI e Rolls-Royce nei primi tre mesi di quest'anno.

"Stiamo reagendo alla situazione critica delle vendite a livello globale causata dall'emergenza sanitaria in corso e stiamo adattando in modo flessibile il nostro volume di produzione alla domanda. In questo modo, stiamo creando condizioni importanti per il proseguimento del successo economico dell'azienda", ha sottolineato Pieter Nota, membro del Board of Management di BMW AG responsabile Customer, Brands and Sales. "In Cina, stiamo assistendo ai primi segnali di ripresa con un forte aumento degli ordini", ha continuato Nota.

Grazie all'offensiva di prodotto degli ultimi mesi, il BMW Group ha iniziato bene l'anno facendo segnare una crescita delle vendite. Tuttavia, a febbraio, l'impatto della pandemia aveva già causato una significativa riduzione delle vendite in Cina. A marzo, gli effetti della pandemia sono stati chiaramente visibili nelle cifre delle vendite in Europa e negli Stati Uniti. Circa l'80% di tutti i punti vendita in Europa e il 70% di quelli negli Stati Uniti sono attualmente chiusi a causa del coronavirus.

In diversi Paesi, tra cui la Germania, per le concessionarie al momento l'attività di vendita delle auto è interrotta per legge.

Il BMW Group sostiene misure per contenere la pandemia

Il BMW Group sostiene pienamente le misure per contenere la diffusione di COVID-19 e si sta assumendo le proprie responsabilità nei confronti della società. L'azienda fornisce veicoli a strutture sociali e sanitarie per garantire la mobilità degli assistenti e dei lavoratori del settore sanitario. Nelle sue sedi tedesche e internazionali, il BMW Group sta anche aiutando le istituzioni sociali e pubbliche con donazioni di beni e materiali come mascherine e disinfettanti. L'azienda sta attualmente lavorando a stretto contatto con la sua rete globale di fornitori per procurarsi mascherine e altre attrezzature mediche necessarie in tempi rapidi. L'azienda sta vagliando anche l'ipotesi di iniziare a produrre direttamente mascherine protettive.

Il BMW Group offre ai suoi partner di vendita e ai clienti il miglior supporto possibile in questa difficile situazione. Poiché la situazione differisce da un Paese all'altro, sono in corso di attuazione misure specifiche per i singoli mercati in stretta consultazione con le concessionarie. Laddove appropriato, il BMW Group offre anche ai suoi clienti misure quali l'estensione delle garanzie derivanti dalla vendita di nuovi veicoli e l'estensione degli intervalli di manutenzione e continua a fornire servizi di officina, nella misura consentita dalle misure d'emergenza adottate in ogni Paese.

411.809 veicoli BMW consegnati nel primo trimestre

Un totale di 411.809 (-20,1%) veicoli **BMW** sono stati consegnati ai clienti nei primi tre mesi dell'anno. Il marchio **MINI** ha venduto 64.449 (-23,4%) unità nello stesso periodo.

Nel primo trimestre sono stati venduti in tutto il mondo 30.692 (+ 13,9%) **veicoli elettrificati** dei marchi BMW e MINI. "Ciò significa che siamo anche sulla buona strada per raggiungere gli obiettivi dell'UE in materia di CO₂. Non vediamo alcuna necessità di rinviare gli obiettivi di protezione del clima", ha affermato Pieter Nota.

Rolls-Royce Motor Cars ha registrato vendite di 853 veicoli (-27,2%) nel primo trimestre dell'anno in corso. Tra gennaio e marzo sono stati inoltre consegnati ai clienti 34.774 (-9,9%) **motocicli**.



Negli **Stati Uniti**, nel primo trimestre dell'anno sono stati venduti in totale 64.692 (-17,4%) veicoli; di questi, 59.455 (-15,3%) erano veicoli a marchio BMW.

In **Cina**, le vendite del primo trimestre sono diminuite del 30,9% (116.452 veicoli). In uno sviluppo positivo, questa tendenza è stata invertita a marzo, indicando una ripresa sostenibile in questo mercato. Anche i dati sulle vendite in Corea del Sud hanno registrato una tendenza positiva.

In **Europa**, nei primi tre mesi dell'anno sono stati consegnati ai clienti 220.812 (-18,3%) veicoli BMW e MINI. In **Germania**, il BMW Group ha venduto 67.882 unità (-9,0%); perdita minore rispetto al mercato nel suo insieme.

Vendite del BMW Group da inizio anno a marzo 2020

	1° trimestre 2020	Rispetto al 2019 %
BMW Group Automotive ¹	477.111	-20,6
BMW ¹	411.809	-20,1
MINI ¹	64.449	-23,4
BMW Group electrified* ¹	30.692	+13,9
Rolls-Royce ¹	853	-27,2
BMW Motorrad	34.774	-9,9

*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

**Vendite BMW & MINI nelle regioni/mercati**

	1° trimestre 2020	Rispetto al 2019 %
Europa ¹	220.812	-18,3
- Germania * ¹	67.882	-9,0
Asia ¹	162.604	-25,0
- Cina ¹	116.452	-30,9
America ¹	81.791	-17,6
- USA ¹	64.692	-17,4

*Dati provvisori

¹ In relazione a una revisione delle sue vendite e delle relative pratiche di rendicontazione, il BMW Group ha esaminato i dati di consegna dei veicoli al dettaglio nel periodo precedente e ha stabilito che alcune consegne di veicoli non sono state segnalate nei periodi corretti. Ulteriori informazioni sono disponibili nel comunicato stampa del 12 marzo che annuncia i risultati finanziari del BMW Group per il 2019 e nel Rapporto annuale 2019 del BMW Group. Come aggiornamento delle informazioni ivi fornite, il BMW Group ha rivisto i dati sulle consegne di veicoli in modo retrospettivo risalendo al 2015 nei suoi sedici mercati più significativi.

Corporate Communications

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager
Tel. +39 0251610088
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 gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 133.778 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 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/bmwgroup/>