

Comunicato stampa
7 maggio 2021

Primo trimestre: la trasformazione accelera - Core business significativamente rafforzato

- **Zipse: "BMW Group altamente redditizio e sostenibile"**
- **Le consegne di veicoli elettrificati sono più che raddoppiate**
- **Free cash flow di € 2,5 miliardi nel primo trimestre**
- **La mobilità sostenibile ha bisogno di più della semplice guida elettrica**
- **I guadagni sono aumentati grazie all'aumento delle consegne e al miglioramento del pricing**
- **Margine EBIT del segmento automotive al 9,8%**

Monaco. Il BMW Group continua a crescere in maniera estremamente dinamica nel primo trimestre 2021 - come dimostrato dalle eccezionali cifre riportate. Il Gruppo sta infatti sistematicamente portando avanti il processo di trasformazione ad un ritmo elevato, raggiungendo nuovi standard in termini di e-mobility, digitalizzazione e sostenibilità. Allo stesso tempo, ha rafforzato il proprio business model nel primo trimestre 2021 e ha registrato un'ulteriore crescita.

"Il primo trimestre dimostra che il nostro business model globale è un modello di successo, anche in tempi di crisi. Procediamo fermamente in direzione di una crescita continua, sostenibile e redditizia", ha dichiarato **Oliver Zipse, presidente del consiglio di amministrazione di BMW AG**, venerdì a Monaco. "La nostra strategia si focalizza sulla fornitura di prodotti high-tech allettanti, destinati a plasmare il mondo della mobilità in costante cambiamento. Con questa chiara visione, stiamo già sviluppando i futuri avanzamenti tecnologici che continueranno ad affascinare i nostri clienti nei prossimi dieci anni".

Il fulcro del lavoro del Gruppo è la **mobilità elettrica sostenibile e digitalmente connessa**. La **svolta della mobilità elettrica** è stata



accelerata dall'approccio olistico adottato dal BMW Group, guidato in particolare dall'incremento sistematico di tecnologie di alimentazione elettrificate nella gamma dei modelli e dall'obiettivo di aumentare le vendite di **veicoli completamente elettrici** di una media di oltre il 50 per cento all'anno fino al **2025**. Entro tale data, il BMW Group prevede di avere circa due milioni di veicoli completamente elettrici sulle strade di tutto il mondo, in una posizione privilegiata da un punto di vista strategico per raggiungere gli ambiziosi **obiettivi di decarbonizzazione fissati dall'UE entro il 2030**.

Come parte di questa strategia, il BMW Group intende assumere un ruolo di primo piano nello sviluppo della **tecnologia delle batterie**. Nell'ambito del secondo progetto **"IPCEI" coordinato dall'UE** ("Important Project of Common European Interest"), l'attenzione è rivolta allo sviluppo della prossima generazione di celle per batterie agli ioni di litio. La batteria allo stato solido (ASSB) per automobili dovrebbe essere più economica, più sostenibile e **ottimizzata per il riutilizzo circolare delle materie prime**, tenendo conto della disponibilità sempre più limitata delle risorse naturali in tutto il mondo. L'intenzione è quella di utilizzare le batterie come dispositivi di stoccaggio stazionari, dopo il loro utilizzo all'interno dei veicoli, con l'obiettivo finale di trattare tutte le materie prime impiegate per il successivo riutilizzo. Il secondo progetto IPCEI promuove anche il continuo sviluppo di tecnologie di processo e la costruzione di un prototipo d'impianto di produzione per moduli e sistemi innovativi di batterie. Il BMW Group ha recentemente firmato un accordo con la società statunitense **Solid Power** per l'industrializzazione di nuove batterie allo stato solido. Come parte di un progetto pilota, quest'ultima fornirà celle per batterie a stato solido con una capacità superiore di 100 Ah già a partire dal 2022.

Adottando questo approccio di riutilizzo sostenibile, il BMW Group intende dare un prezioso contributo alla **conservazione delle risorse naturali limitate**. La circolarità rappresenta inoltre un modo proattivo di contrastare l'aumento dei prezzi delle materie prime scarse in futuro.



"Quest'esempio di risposta alla scarsità di risorse mostra chiaramente come la sostenibilità abbia benefici economici ed ecologici e convalida l'approccio globale alla sostenibilità applicato in tutto il Gruppo", ha dichiarato **Oliver Zipse**.

Allo stesso tempo, il BMW Group è anche **ampiamente coinvolto nell'espansione delle infrastrutture di ricarica pubbliche e private**. Dal 2013, ha partecipato a circa 50 progetti internazionali con vari partner, installando congiuntamente oltre **15.000 punti di ricarica pubblici**. Entro la metà dell'anno, avrà stabilito circa 4.100 punti di ricarica per i propri dipendenti nelle aree di parcheggio in varie sedi del Gruppo, circa la metà dei quali saranno accessibili al pubblico, tutti alimentati completamente da elettricità proveniente da fonti rinnovabili.

Il BMW Group sta inoltre promuovendo la rapida espansione e l'accesso universale a un'infrastruttura di ricarica aperta in Europa sotto forma di una **collaborazione recentemente stipulata tra CHARGE NOW, controllata di YOUR NOW, e la società energetica bp** (ex BP British Petroleum). Con lo stesso obiettivo, il BMW Group è co-fondatore e partner di Ionity e della sua rete di ricarica ad alta potenza. Finora, **Ionity** ha installato circa 350 stazioni di ricarica in tutta Europa, e il numero dovrebbe salire a oltre 400 entro la fine dell'anno. Queste strutture di ricarica forniscono in media quattro punti di ricarica rapida ciascuna e sono posizionate in maniera strategica sulle autostrade e sulle principali arterie del traffico. La **BMW iX3*** completamente elettrica, per esempio, **può essere ricaricata in 10 minuti per un'autonomia fino a 100 km (WLTP)** presso uno di questi punti di ricarica. La rete Ionity sarà successivamente ampliata, anche all'interno delle città.

L'obiettivo del BMW Group di costruire l'auto elettrica più "green" è stato ulteriormente ribadito dal coinvolgimento del Gruppo in una serie di progetti durante l'ultimo trimestre.

Ad esempio, il BMW Group ha concluso accordi di fornitura pluriennali con la società statunitense Livent **per acquistare litio sostenibile** proveniente dal Sud America. Livent utilizza un processo speciale che riduce al minimo l'impatto dell'estrazione del litio sull'ecosistema circostante.

Con effetto immediato, metà dell'alluminio richiesto dalla fonderia di metalli leggeri di Landshut sarà fornito dalla **società Emirates Global Aluminium** di Abu Dhabi. La materia prima viene prodotta utilizzando l'elettricità generata da uno dei più grandi parchi solari del mondo.

Il BMW Group detiene inoltre una partecipazione in **Boston Metal**, società che mira a rendere la produzione di acciaio più sostenibile. Boston Metal sta lavorando all'industrializzazione di processi di elettrolisi a basse emissioni per produrre ferro liquido.

In collaborazione con il WWF (World Wide Fund For Nature), Google, Samsung SDI e Volvo, il BMW Group ha lanciato **un'iniziativa per proteggere le profondità marine**. Di conseguenza, l'estrazione di minerali dalle profondità marine è considerata tabù finché le conseguenze non saranno state accertate scientificamente in maniera esaustiva.

La più grande flotta del mondo con aggiornamenti disponibili da remoto (over-the-air) sarà sulle strade entro la fine del 2021

Oltre all'alimentazione elettrica, altri fattori cruciali che guidano il processo di trasformazione includono **i sistemi software e la loro interazione digitale con il veicolo**.

Dal 2014, i clienti sono in grado di prenotare e pagare online i servizi direttamente dal veicolo tramite il **BMW Connected Drive Store**. Inoltre, dal 2018, i guidatori BMW sono in grado di mantenere sempre aggiornata la connettività del veicolo con l'aiuto di **aggiornamenti software da remoto**, proprio come con i loro smartphone. Entro la fine del 2021, il BMW Group

disporrà della **più grande flotta del mondo** su strada, con circa 2,5 milioni di veicoli che possono essere aggiornati da remoto (**over the air**) con nuove e migliori funzionalità.

La **BMW iX*** sarà il primo veicolo ad essere dotato del nuovo **BMW Operating System 8** - il più potente sistema di elaborazione dati concepito finora per le auto - che consente aggiornamenti over-the-air ad alta velocità, che forniranno una gamma ancora più ampia di funzioni on-demand, ordinabili e installabili da remoto in qualsiasi momento e con la massima flessibilità.

Il BMW Group in crescita nel primo trimestre

Rispetto alla performance del primo trimestre dell'anno precedente, influenzato dalla pandemia, i principali indicatori di performance finanziaria si sono sviluppati positivamente nei primi tre mesi dell'esercizio 2021. La significativa ripresa dei mercati, iniziata a metà del 2020, ha continuato a guadagnare slancio durante i primi tre mesi dell'anno. In un contesto favorevole, il BMW Group ha stabilito un nuovo record per le consegne del primo trimestre con un aumento del 33,4% rispetto all'anno precedente, raggiungendo 636.606 unità (2020: 477.111 unità).

Le vendite di veicoli elettrificati sono più che raddoppiate nel primo trimestre

La forte domanda di veicoli elettrificati (ibridi plug-in e veicoli completamente elettrici) ha contribuito in maniera preponderante all'eccezionale performance di vendita, con consegne più che raddoppiate rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente.

Questo tasso di crescita dinamico testimonia il successo della strategia di elettrificazione del BMW Group, con un totale di **70.207 veicoli elettrificati** consegnati ai clienti durante i tre mesi (2020: 30.692 unità; +128,7%), comprese 14.161 unità dei modelli completamente elettrici BMW iX3*, BMW i3* e MINI Cooper SE* (2020: 6.457 unità; +119,3%). Nel corso del 2021,

due leader dell'innovazione - la **BMW iX*** e la **BMW i4*** - si aggiungeranno ai segmenti principali del marchio BMW.

Crescita significativa dei ricavi e degli utili del Gruppo

Il livello notevolmente migliorato dei ricavi e degli utili è stato guidato da una combinazione di cifre di volume di vendita più elevate in tutte le regioni del mondo, in particolare in Cina, e da un miglioramento dei prezzi di vendita. Effetti positivi provengono inoltre dalla solidità dei mercati dei veicoli usati, che ha fatto aumentare i ricavi provenienti dalla vendita di veicoli precedentemente noleggiati, soprattutto negli Stati Uniti.

Gli utili del Gruppo sono cresciuti del 15,2% attestandosi a € **26.778 milioni** (2020: 23.252 milioni di euro; +18,9% corretto per i fattori valutari).

Gli investimenti in R&S del Gruppo hanno totalizzato € 1.287 milioni (2020: € 1.324 milioni; -2,8%), leggermente inferiori a quelli dell'anno precedente, a causa dei costi sorti nel primo trimestre 2021 principalmente per l'elettrificazione e la digitalizzazione, nonché per la preparazione del ramp-up della produzione della BMW iX*. L'aumento dei ricavi ha fatto scendere il **rapporto R&S** al **4,8%** (2020: 5,7%). Al **22,6%**, il tasso di capitalizzazione risulta inferiore a quello dell'anno precedente (2020: 28,4%).

Alla luce dei vari effetti positivi sopra descritti, **l'utile al lordo del risultato finanziario** per i tre mesi è aumentato notevolmente attestandosi a € **3.025 milioni** (2020: 1.375 milioni di euro; +120%).

Il miglioramento del **risultato finanziario** ha anche contribuito alla crescita degli utili. In particolare, la quota di profitto del Gruppo nella joint venture cinese BMW Brilliance Automotive, pari a 503 milioni di euro (2020: 162 milioni di euro), nonché gli effetti positivi della valutazione derivanti dalle coperture dei tassi di interesse e dai singoli investimenti, hanno determinato un significativo miglioramento del **risultato finanziario** del primo trimestre,



che è passato da un importo netto negativo di 577 milioni di euro ad un **importo netto positivo di 732 milioni di euro.**

L'utile ante imposte del Gruppo è migliorato raggiungendo **€ 3.757 milioni** (2020: € 798 milioni). **Il margine EBT** del Gruppo si è attestato al 14,0% (2020: 3,4%). L'utile netto del Gruppo è stato di **€ 2.833 milioni** (2020: € 574 milioni).

"La redditività è un aspetto fondamentale del nostro percorso di trasformazione. La nostra forza operativa ci permette di gestire il passaggio verso la mobilità digitale connessa e sostenibile. Con questo obiettivo, stiamo investendo specificamente in sistemi di alimentazione a basse emissioni e in prodotti e attrezzature allettanti e altamente innovativi. Inoltre, continuiamo a razionalizzare i nostri processi e le nostre strutture al fine di aumentare le prestazioni", ha dichiarato il **dott. Nicolas Peter, membro del consiglio di amministrazione di BMW AG**, Finance a Monaco di Baviera, venerdì.

Crescita dinamica delle vendite per tutti i marchi del Gruppo

L'aumento del volume delle vendite nel primo trimestre 2021 ha portato a un aumento corrispondente dei ricavi e degli utili del segmento Automotive.

Le consegne mondiali di veicoli del **marchio BMW** hanno totalizzato **560.543** unità (2020: 411.809 unità; +36,1%). La cifra comprende gli eccellenti contributi della BMW Serie 5 e della BMW Serie 3, entrambe di grande successo, che hanno registrato una crescita di oltre il 40% rispetto all'anno precedente. Anche i popolari modelli della famiglia X sono stati molto richiesti durante il primo trimestre.

Con **74.683** unità, le vendite del **marchio MINI** sono state superiori del 16% rispetto all'anno precedente (2020: 64.449 unità; +15,9%). La domanda per la MINI Countryman ha registrato un valore estremamente alto, con



consegne in aumento di oltre un terzo (+35,9%), così come per i modelli John Cooper Works (+20,5%) con il loro stile sportivo.

Rolls-Royce Motor Cars ha consegnato ai clienti **1.380 automobili extralusso**, il numero più alto mai raggiunto in un solo trimestre (2020: 853 unità; +61,8%), con Cina, Stati Uniti e regione Asia-Pacifico che hanno contribuito maggiormente a questa crescita.

Consegne in aumento nelle principali regioni del mondo

In **Europa**, il numero di veicoli consegnati dal BMW Group è aumentato di un solido 8,1% attestandosi a **239.018 unità** (2020: 221.024 unità) nonostante gli effetti negativi della pandemia da Coronavirus.

I clienti in **Germania** hanno preso in consegna **62.696 unità** (2020: 66.004 unità; -5,0%) e nel Regno Unito **42.413 unità** (2020: 44.474 unità; -4,6%). In altri Paesi e regioni d'Europa come la Francia, l'Italia ed il Nord Europa, il BMW Group ha registrato una crescita a due cifre del volume delle vendite rispetto al 2020.

Le consegne ai clienti nella regione delle **Americhe** sono salite a **96.352 unità** (2020: 82.078 unità; +17,4%) grazie alla continua ripresa dei mercati, soprattutto negli **Stati Uniti**, dove le vendite sono aumentate di oltre un quinto raggiungendo le **78.067 unità** (2020: 64.956 unità; +20,2%).

In **Asia**, il BMW Group ha consegnato un totale di **287.697 unità**, in crescita del 77% rispetto allo stesso trimestre dell'anno scorso, stabilendo un nuovo massimo storico (2020: 162.940 unità; +76,6%). Le cifre delle vendite in **Cina** sono quasi raddoppiate rispetto all'anno precedente, con un balzo del 98% attestandosi a 230.193 unità (2020: 116.577 unità; +97,5%), riflettendo in parte la performance più debole del 2020.

Il segmento automotive registra un'elevata crescita dei ricavi

I **ricavi** del segmento sono stati pari a **€ 22.762 milioni** nel primo trimestre (2020: 17.989 milioni di euro; +26,5%, +30,4% corretto per effetti di valuta), spinti principalmente dalla continua tendenza al rialzo del volume delle vendite. Inoltre, gli effetti positivi del mix di prodotti dovuti alle maggiori vendite di X5 e X6, tra gli altri modelli, così come una migliore penetrazione dei prezzi, hanno incrementato i ricavi. Anche i ricavi generati con la joint venture cinese BMW Brilliance Automotive sono aumentati rispetto all'anno precedente.

L'EBIT di segmento è stato di **€ 2.236 milioni** (2020: 229 milioni di euro) e l'utile di segmento ante imposte di **€ 2.776 milioni** (2020: 80 milioni di euro). Il **marginale EBIT** si è attestato al 9,8% e quindi all'interno del range definito a lungo termine (2020: 1,3%).

Il **free cash flow** generato dal segmento Automotive è aumentato a **€ 2.522 milioni**, soprattutto grazie al miglioramento dell'utile al lordo delle imposte e alla continua e rigorosa gestione del capitale circolante.

Financial Services: solido aumento del nuovo business con clienti retail

In totale, nel primo trimestre 2021 sono stati firmati **489.066 nuovi contratti** di finanziamento e di leasing con clienti retail, con un solido aumento dell'8,8% rispetto all'anno precedente (2020: 449.687 contratti), dovuto principalmente al forte incremento delle attività di finanziamento del credito (+15,2%), soprattutto in Cina. Il volume totale dei nuovi contratti di finanziamento e di leasing conclusi con i clienti retail è aumentato del 9,1% attestandosi a **15.351 milioni** di euro (2020: 14.075 milioni di euro).

Significativo miglioramento dei ricavi del segmento Financial Services

I ricavi generati dal segmento dei Financial Services nel primo trimestre sono leggermente aumentati raggiungendo **€ 7.906 milioni** (2020: € 7.598

milioni; +4,1%) grazie agli effetti positivi derivanti dall'attività con veicoli in leasing a fine contratto.

L'utile è migliorato a un ritmo ancora più marcato, in gran parte grazie al miglioramento della situazione dei rischi da un lato e ai maggiori ricavi di marketing derivanti dalla vendita di veicoli in leasing restituiti dall'altro, in particolare sul mercato statunitense, con un **utile di segmento al lordo delle imposte** in aumento a **€ 787 milioni** (2020: 484 milioni di euro; +62,6%). Il segmento Financial Services effettua accantonamenti su base continua e completa per tenere conto dei rischi aziendali significativi. Le valutazioni attuali confermano che il valore residuo e i rischi di credito sono adeguatamente coperti.

Nella restante parte dell'anno previsto uno scenario ancora volatile

La pandemia da coronavirus continuerà ad influenzare la performance finanziaria del BMW Group per tutto l'esercizio in corso, sia direttamente che indirettamente. I piani vaccinali adottati in tutto il mondo dovrebbero, tuttavia, avere un effetto positivo sulla situazione e ridurre sempre più l'impatto negativo della pandemia sulla crescita economica globale. Nonostante ciò, non si possono escludere conseguenze negative per il BMW Group nel corso dell'anno. Inoltre, l'aumento dei prezzi delle materie prime potrebbe avere un impatto negativo sui guadagni in futuro. Alla luce dell'attuale contesto dinamico, il BMW Group afferma nuovamente le sue prospettive per l'intero anno, aspettandosi che la performance aziendale continui a svilupparsi positivamente. Nuovi modelli e servizi digitali che coprono vari aspetti della mobilità individuale garantiranno probabilmente una domanda sostenuta. L'utile del gruppo al lordo delle imposte dovrebbe quindi aumentare significativamente durante il periodo di previsione.

Il segmento **Automotive** dovrebbe registrare un solido aumento annuale del numero di veicoli a marchio BMW, MINI e Rolls-Royce consegnati ai clienti. Il margine EBIT del segmento dovrebbe migliorare significativamente rispetto all'anno precedente e collocarsi all'estremità superiore dell'intervallo



previsto, tra il 6 e l'8%, con un RoCE di segmento che dovrebbe quindi migliorare significativamente. Il free cash flow del segmento dovrebbe superare i 4 miliardi di euro per tutto l'anno.

Nel segmento dei **Financial Services**, il Return on Equity (RoE) dovrebbe attestarsi nel margine superiore dell'intervallo compreso tra il 12 e il 15%.

Il **segmento delle motociclette** dovrebbe registrare un solido aumento delle consegne ai clienti. Si prevede che il margine EBIT rientri in una gamma target tra l'8 e il 10%, permettendo al segmento di registrare un livello significativamente più alto di RoCE rispetto ad un anno prima.

Il BMW Group riafferma anche le sue previsioni per gli indicatori di performance non finanziari. Di conseguenza, si prevede che la percentuale di donne con ruoli di leadership aumenti leggermente. Allo stesso tempo, il BMW Group punta ad un'ulteriore significativa riduzione delle emissioni di CO₂ generate dalla sua nuova flotta di veicoli. Secondo le attuali previsioni, le emissioni di CO₂ per veicolo prodotto dovrebbero diminuire moderatamente.

Gli obiettivi del Gruppo per l'anno in corso dovranno essere raggiunti con una forza lavoro leggermente inferiore. La persistente incertezza - in particolare per quanto riguarda il corso della pandemia, gli sviluppi macroeconomici e politici e le politiche commerciali e doganali internazionali - potrebbe avere un impatto negativo sulle condizioni economiche in molte regioni. Queste eventualità potrebbero frenare la crescita e quindi avere un ulteriore impatto significativo sulla performance aziendale del BMW Group.



		Primo trimestre 2021	Primo trimestre 2020	Variazione in %
BMW Group – Panoramica				
Consegne ai clienti				
Automobili ¹	unità	636.606	477.111	33,4
Di cui: BMW ¹	unità	560.543	411.809	36,1
MINI ¹	unità	74.683	64.449	15,9
Rolls-Royce ¹	unità	1.380	853	61,8
Motocicli	unità	42.592	34.774	22,5
Forza lavoro (confronto con 31.12.2020)		120.726		-4,2²
Margine EBIT segmento Automotive	%	9,8	1,3	8,5 % pts
Margine EBIT segmento Motocicli	%	17,9	12,9	5 % pts
Margine EBT BMW Group³	%	14,0	3,4	10,6 % pts
Ricavi	milioni di €	26.778	23.252	15,2
Di cui: Automotive	milioni di €	22.762	17.989	26,5
Motocicli	milioni di €	753	557	35,2
Financial Services	milioni di €	7.906	7.598	4,1
Altro	milioni di €	1	1	-
Eliminazioni	milioni di €	-4.644	-2.893	60,5
Utile / perdita al lordo del risultato finanziario (EBIT)	milioni di €	3.025	1.375	120,0
Di cui: Automotive	milioni di €	2.236	229	-
Motocicli	milioni di €	135	72	87,5
Financial Services	milioni di €	767	542	41,5
Altro	milioni di €	-6	12	-
Eliminazioni	milioni di €	-107	520	-
Utile / perdita al lordo delle imposte (EBT)	milioni di €	3.757	798	-
Di cui: Automotive	milioni di €	2.776	80	-
Motocicli	milioni di €	135	72	87,5
Financial Services	milioni di €	787	484	62,6
Altro	milioni di €	141	-344	-
Eliminazioni	milioni di €	-82	506	-



Imposte sul reddito del gruppo	milioni di €	-924	-224	-
Utile netto di gruppo	milioni di €	2.833	574	-
Utile per azione (common/preferred share)	€	4,26/4,26	0,84/0,84	-/-

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 Rapporto annuale 2020 del BMW Group a pagina 128 e 129.

² Variazione percentuale del numero di dipendenti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (31.12.2019, numero di dipendenti: 126.016)

³ Utile del Gruppo al lordo delle imposte come percentuale dei ricavi del Gruppo

*** EMISSIONI DI CO₂ E CONSUMI:**

BMW iX3: consumo di energia in kWh/100 km combinato: 17,8-17,5 NEDC, 19,0-18,6 WLTP.

BMW iX: consumo di potenza in kWh/100 km: 22,5-19,5 WLTP. I dati sono preliminari e basati su previsioni.

BMW i3 (120 Ah): consumo di energia in kWh/100 km combinato: 13,1 NEDC, 16,3-15,3 WLTP.

BMW i3s (120 Ah): consumo di energia in kWh/100 km combinati: 14,6-14,0 NEDC, 16,6 16,3 WLTP.

MINI Cooper SE: consumo di energia in kWh/100 km combinati: 16,9-14,9 NEDC, 17,6-15,2 WLTP.

BMW i4: modello di pre-produzione, non sono ancora disponibili dati di omologazione.



GLOSSARIO

Consegne ai clienti

Un veicolo nuovo o usato viene registrato come consegna una volta consegnato all'utente finale (che include anche i titolari di contratti di leasing con BMW Financial Services. Negli Stati Uniti e in Canada, gli utenti finali includono anche (1) i concessionari quando designano un veicolo come veicolo di servizio o dimostrativo e (2) i concessionari e altre terze parti quando acquistano un veicolo aziendale all'asta e i concessionari quando acquistano veicoli aziendali direttamente dal BMW Group. I veicoli destinati all'utente finale che subiscono una perdita totale durante il trasporto sono anch'essi registrati come consegne. Le consegne possono essere effettuate da BMW AG, da una delle sue filiali internazionali, da un punto vendita del BMW Group o da concessionari indipendenti. La stragrande maggioranza delle consegne - e quindi la segnalazione delle consegne al BMW Group - viene effettuata da concessionari terzi indipendenti.

EBIT

Profitti al lordo del risultato finanziario. L'utile al lordo del risultato finanziario comprende i ricavi meno il costo delle vendite, meno le spese di vendita e amministrative e più/meno gli altri ricavi e spese operative nette.

Margine EBIT

Utile/perdita al lordo del risultato finanziario in percentuale dei ricavi.

EBT

EBIT più risultato finanziario.



Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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 1.000 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/bmw-group/>