



## **BMW Group търговско представяне за 2019 г. в международен план и на българския пазар.**

2019-а година е деветата поредна рекордна година за BMW Group. Търговският резултат постигнат от трите автомобилни марки BMW, MINI и Rolls-Royce, на германският премиум производител е 2 520 307 автомобили или ръст в продажбите от 1,2%. Това, за пореден път отрежда на компанията, позицията на най-успешен производител на премиум автомобили в света.

Годишните продажби на марката BMW за четвърта поредна година надхвърлят 2 млн. автомобили и възлизат на 2 168 516, което представлява ръст от 2.0 % спрямо 2018 г. Моделите от семейството BMW X имат значим принос за положителния резултат. Продажбите им нарастват с 21.0% до 958 732 автомобили. Разширяването на портфолиото в луксозния сегмент с новото BMW Серия 8, новото BMW Серия 7 и първото BMW X7 реализацията в луксозния сегмент бележи забележителен ръст от 66% (до 105 331 автомобили) и допринася за постигането на целта – удвояване на продажбите в сегмента в периода 2018 – 2020.

Като пионер в областта на електрификацията BMW Group вече е доставила над 500 хил. електрифицирани автомобили на клиенти в целия свят. За 2019 доставките на автомобили BMW и MINI с електрифицирано задвижване достигат 145 815 или ръст от 2.2%. За това допринася успешното пазарно представяне на суб-бренда BMWi, както и въвеждането на нови електрифицирани модели в портфолиото на основната марка BMW (BMW 330e, BMW X5 xDrive 45e, BMW X3 PHEV) и новото MINI E. Броят на електрифицираните модели в гамата на Групата вече е 12.

BMW Group планира да разширява гамата от електрифицирани модели до общо 25 през 2023 г, като повече от половината от тях ще бъдат изцяло електрически. Очакванията на компанията са през 2021 всеки четвърти автомобил реализиран в Европа да бъде електрифициран, а до 2025 делът на електрифицираните автомобили да достигне 50%.

2019 година е най-успешната година в почти петдесетгодишната история на подразделението за върхови спортни автомобили M GmbH. Реализацията им през изминалата година нараства с 32.2% (135 826 автомобили), наред с обновяването и обогатяването на моделното портфолио с новите BMW X3 M, BMW X4 M, BMW X5 M, BMW X6 M, BMW M2 CS и BMW M8 Купе, BMW M8 Кабриолет и BMW M8 Гран Купе.

През 2019 фокусът при MINI е върху постигане на печеливш ръст в сегмент с изключително висока конкуренция. С доставени 346 639 автомобили на клиенти в целия свят марката постига отрицателен ръст с -4.1% спрямо предходната година. Запазва се големия интерес към гамата John Cooper Works автомобили и хибридно MINI Cooper S E Countryman. Очакваното пазарно въвеждане на изцяло електрическото MINI Electric генерира общо над 90 хил. клиентски заявки за новия модел.

С доставени 5152 автомобили и през 2019 Rolls-Royce постига най-висок търговски резултат в 116 годишната история на марката. Силното

представяне е резултат от високи търговски резултати във всички региони, като основен дял в продажбите имат Cullinan и Black Badge моделите. Запазва се и интересът към Phantom, Wraith и Dawn моделите, а производството на моделът Ghost приключи в очакване на следващото поколение в четвъртото тримесечие на 2020 г.

Очакванията за 2020 г. на BMW Group са за леко повишаване на глобалните продажби. Основен двигател ще бъде представянето в Китай, където местното производство на новото BMW Серия 3 и двата X модела BMW X2 и електрическото BMW X3 ще бъдат фактор за очакван значителен ръст в реализацията. Анализът на икономическите и обществени условия в Европа, предполага запазване на нивото на реализация. Малък ръст компанията прогнозира за Северна и Южна Америка, задвижван предимно от обновяването на моделната гама на семейството BMW X.

В стратегически план BMW Group остава фокусирана върху изпълнението на своята стратегия NUMBER ONE> NEXT. Тя има за цел да позволи на компанията да оформя и в бъдеще премиум индивидуалната мобилност и автомобилната индустрия, като цяло. Стратегията се фокусира върху дългосрочния и устойчив успех на BMW Group, основан на иновативни технологии, всеобхватна свързаност и мобилност с нулеви емисии.

Прогнозите на компанията са, че в следващите няколко години индивидуалната мобилност ще се развива в различни посоки и с различна скорост в различните региони на света. Затова залага на концепцията „Power of choice“ или „Силата на свободата на избор“, която демонстрира многообразието от концепции на задвижването, предлагани на нашите клиенти в целия свят. Това многообразие гарантира възможността им да изберат именно тази, която най-точно отговоря на техните нужди и желания.

В България 2019 г. е най-добрата за BMW Group от създаването ѝ през 2007 г. и трета поредна рекордна година. За изминалите дванадесет месеца на крайни клиенти са доставени общо 1397 автомобила BMW и MINI, както и 114 мотоциклета BMW Motorrad.

Общият брой на автомобилите BMW доставени на българския пазар за периода достига 1159 или ръст от 5% спрямо предходната година. При MINI, продажбите достигат 238 автомобила или с 55% повече, в сравнение с 2018 г. Търговската реализация на BMW Motorrad възлиза бележи ръст от 8% и достига 114 мотоциклета.

Детайлният анализ на продажбите показва, че за крайния успех на BMW значение имат всички моделни серии. Най-продаван модел е BMW X5 (234), следван от BMW X1 (117), а на трето място, се нарежда BMW Серия 3 с 91 доставени автомобили. Заслужава да се отбележи и представянето на първото BMW X7, което се предлага едва от месец май 2019, но до края на годината е било доставено на 84 клиенти.

Запазва се интересът към изцяло електрическото BMW i3, което постига почти идентичен резултат с предходната година - 57 автомобила. Броят на електрифицираните автомобили, в които се включват и PHEV моделите на BMW реализирани през годината нараства с 60% спрямо предходната година.

В унисон с глобалната стратегия на BMW Group, BMW Group България продължава усилията си за популяризиране на Plug-in автомобилите. Фактор за това е както разширената гама, която вече включва 12 PHEV модела, така и изключителната им роля за създаване на нова култура на мобилност и популяризиране на електрификацията в етап на липсваща или недостатъчно развита инфраструктура, слабо познаване и колебания на потребителите и нуждата от по-висока автономност на движение. Съчетавайки възможност за движение изцяло на електричество в града и неограничена автономност на дълги разстояния този тип автомобили са изключително подходящи, в период на преход към електрическа мобилност

Традиционно, и в духа и на световните тенденции, остава изключително висока популярността на BMW X моделите. Техният дял в реализацията на марката BMW надхвърля 50% – общо 700 автомобила. Голямата им популярност се дължи, както на практическите им предимства, така и на богатото многообразие от модификации и модели, които обхващат всички сегменти. Разпределението в семейството BMW X по модели е сравнително балансирано, като във всеки сегмент по-функционалното Sports Activity Vehicle (SAV) предложение, леко изпреварва версията Sports Activity Coupe (SAC).

За поредна година BMW Group България отбелязва положителна динамика в семейството автомобили, които особено интензивно отразяват философията „радост от шофирането“ - BMW M (M и M Performance). Те продължават позитивния тренд на пазарна реализация от последните години и постигат обща реализация от 235 автомобила или ръст от 70 % спрямо предходната година.

Анализът на вариантите на задвижването показва, че в България се запазва водещата позиция на дизеловите двигатели, макар и да е на значително по-ниско ниво от предходни години – 61% от задвижваните от двигател с вътрешно горене автомобили BMW, запазва се делът на електрическите автомобили - 5% и 1% на Plug-in хибридите.

При избора на компановка, най-голям дял имат шестцилиндровите бензинови или дизелови агрегати – 47%, следвани от четирицилиндровите редови двигатели - 37%, а трицилиндровите намаляват до 3%. Във високия мощностен клас 8% от клиентите избират осемцилиндрови и 1% дванадесетцилиндрови двигатели.

Що се отнася до избора на BMW клиентите за разпределението на основните елементи на силовия тракт, 87% от закупените автомобили от марката BMW са с интелигентната система за задвижване на четирите колела BMW xDrive. Системата се предлага в повече от 120 модификации в почти всички моделни серии.

При MINI лидер в продажбите, благодарение на засиления интерес от корпоративни клиенти е MINI Hatch 5 врати (153 доставени автомобила). Второто място е за традиционно популярното на българския пазар MINI Countryman (47), което все по-често клиентите избират във върховата му версия John Cooper Works. На трето място се нарежда MINI Hatch 3 врати с 24 доставки, а MINI Clubman и MINI Cabrio допълват съответно 12 и 2 автомобила до общия брой от 238.

През 2019 г. реализацията на BMW Motorrad достига 114 мотоциклета. Още с дебюта си на пазара G 310 R и G310 GS заемат челни позиции по отношение на интереса сред клиентите. Най-предпочитаните модели са както следва: G 310 R, R 1250 GS Adventure, R 1250 GS. G 310 GS.

### **BMW Group България Корпоративни комуникации**

Христина Пейчева, Мениджър Корпоративни комуникации

T: +359 2 80 60 733, F: +359 2 80 60 710

Прес портал: <https://www.press.bmwgroup.com/bg.html>

E-mail: [hristina.peycheva@bmwgroup.com](mailto:hristina.peycheva@bmwgroup.com)

---

### **BMW Group**

С четирите си марки BMW, MINI, Rolls-Royce и BMW Motorrad BMW Group е най-успешният премиум производител на автомобили и мотоциклети и доставчик на премиум услуги за мобилност и финансиране в света. Производствената мрежа на BMW Group включва 31 предприятия за производство и сглобяване в 15 държави; компанията има мрежа за продажби в над 140 държави.

През 2019 г. BMW Group е реализирала над 2 520 000 автомобила и над 175 000 мотоциклета в целия свят. Печалбата преди облагане с данъци за финансовата 2018 г. е приблизително 9.815 млрд. евро при приходи от 97.480 млрд. евро. Към 31 декември 2018 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 134 682 служители.

Успехът на BMW винаги се е градил на дългосрочно мислене и отговорни действия. По тази причина компанията е изградила екологична и социална устойчивост по цялата верига, пълна отговорност за продуктите и ясен ангажимент за опазване на околната среда като неделима част от стратегията си.

[www.bmwgroup.com](http://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>