

Comunicato stampa
6 novembre 2019

Aumentano consegne, ricavi e utili per il BMW Group

- Consegne e quote di mercato in crescita, nonostante il debole andamento del mercato
- L'EBIT e il flusso di cassa libero aumentano significativamente nel terzo trimestre
- Investimenti iniziali elevati per le tecnologie orientate al futuro
- Confermata la prospettiva per l'esercizio 2019
- Zipse: "La trasformazione decisiva sta avvenendo all'interno del veicolo"

Monaco. Il BMW Group ha registrato una crescita delle consegne, dei ricavi e degli utili nel terzo trimestre ed è quindi sulla buona strada per raggiungere i suoi obiettivi per il 2019. L'utile netto del gruppo è aumentato a un tasso percentuale a due cifre, sostenuto in una certa misura da un effetto base delle cifre riportate nell'anno precedente. Inoltre, la redditività ha continuato a migliorare nel corso del periodo di nove mesi. Per compensare le elevate spese iniziali per le tecnologie del futuro, il BMW Group sta lavorando duramente per migliorare costantemente l'efficienza.

"Nell'arco di nove mesi, siamo rimasti sulla buona strada per raggiungere i nostri obiettivi per l'intero anno", ha dichiarato mercoledì Oliver Zipse, presidente del consiglio di amministrazione della BMW AG, a Monaco. "Tuttavia, stiamo guardando al futuro, avendo riconosciuto che una trasformazione tecnologica di vasta portata è una grande opportunità per il BMW Group. Sono convinto che il nostro modello di business trarrà vantaggio da questo. Il veicolo del futuro, con tutte le sue funzioni digitali integrate, è un prodotto high-tech di una complessità ancora sottovalutata".

Il BMW Group riconosce nei recenti sviluppi tecnologici un enorme potenziale per il futuro ruolo dell'automobile: "la trasformazione decisiva sta avvenendo all'interno del veicolo. Stiamo portando soluzioni tecnologiche sulla strada che assicurano che l'automobile continui a soddisfare le aspettative e le esigenze della società in futuro. Le aree di interesse chiave includono la connettività digitale e la creazione di mobilità ecocompatibile", ha affermato Zipse.

Espansione significativa della mobilità elettrica - aumento delle spese iniziali

Il BMW Group sta espandendo in modo significativo la sua gamma di prodotti per la mobilità elettrica. Entro il 2023, la società avrà 25 modelli elettrificati sulle strade - più della metà dei quali sarà completamente elettrica. La chiave dell'implementazione sono architetture di veicoli altamente flessibili e un sistema di produzione altrettanto agile che consenta di fabbricare un modello come versione completamente elettrica, ibrida plug-in o con motore a combustione per soddisfare idealmente la domanda in ogni segmento di mercato rilevante. Entro il 2021, la domanda di veicoli elettrificati dovrebbe raddoppiare rispetto al 2019. Il BMW Group prevede quindi una forte curva di crescita fino al 2025, con un aumento delle vendite di veicoli elettrificati in media di oltre il 30% annuo.

Come pioniere della mobilità elettrica, il BMW Group è già un fornitore leader di veicoli elettrificati. Entro la fine del 2021, la società mira ad avere più di un milione di vetture completamente elettriche o ibride plug-in sulle strade di tutto il mondo.

Veicoli completamente elettrici pianificati con maggiore frequenza

A quel punto, il BMW Group offrirà cinque veicoli di serie completamente elettrici. Accanto alla BMW i3, la cui domanda è cresciuta di circa il 20% quest'anno, a novembre inizierà anche la produzione della MINI * Full Electric nello stabilimento di Oxford (Regno Unito). Nel frattempo, più di 78.000 clienti hanno espresso un forte interesse per la MINI Full Electric *. Nel 2020, inizierà la produzione della BMW iX3 completamente elettrica nello stabilimento di Shenyang (Cina), seguita nel 2021 dalla BMW iNEXT, che sarà prodotta nello stabilimento di Dingolfing (Germania). Anche la BMW i4 entrerà in produzione nello stabilimento di Monaco lo stesso anno.

Nel preparare la strada per il futuro della mobilità, durante il periodo in esame è stato nuovamente richiesto un sostanziale livello di investimenti iniziali. Le spese di ricerca e sviluppo per il periodo di nove mesi sono state pari a 4.247 milioni di euro, in aumento del 9,4% rispetto all'anno precedente (3.881 milioni di euro). Anche la crescente percentuale di veicoli elettrificati ha contribuito ad aumentare i costi. Ugualmente, i tassi di cambio e l'aumento dei prezzi delle materie prime esercitano una pressione al ribasso sugli utili. Gli investimenti in

immobili, impianti e macchinari e altre attività immateriali nel periodo gennaio-settembre sono aumentati del 14,5% a € 3.308 milioni (2018: € 2.889 milioni), principalmente in relazione al proseguimento del nuovo nonché alla modernizzazione e flessibilizzazione delle strutture esistenti.

I ricavi e l'utile netto sono aumentati significativamente nel terzo trimestre

Il BMW Group ha stabilito un nuovo record per le consegne del terzo trimestre con la sua gamma rinnovata di modelli estremamente accattivanti. In totale, 613.361 unità delle BMW, MINI e Rolls-Royce del Gruppo sono state consegnate nel corso dei tre mesi (2018: 592.303; + 3,6%). La joint venture BMW Brilliance Automotive in Cina ha avuto un ruolo significativo nel raggiungimento degli obiettivi di sviluppo. I ricavi del Gruppo sono saliti a 26.667 milioni di euro (2018: 24.715 milioni di euro; + 7,9%). L'utile prima del risultato finanziario (EBIT) è migliorato di circa un terzo raggiungendo € 2.289 milioni (2018: € 1.722 milioni; + 32,9%). Nel terzo trimestre dell'esercizio precedente, la performance era stata notevolmente attenuata dalle distorsioni dell'offerta e dalla concorrenza inaspettatamente intensa dovuta al passaggio alle normative WLTP nonché a maggiori spese per le misure di garanzia e correntezzaa. Tutti questi fattori avevano contribuito a un significativo calo degli utili prima del risultato finanziario nel terzo trimestre, in particolare nel settore automobilistico.

Nel 2019, l'utile prima delle imposte (EBT) del terzo trimestre è aumentato significativamente a € 2.248 milioni (2018: € 1.822 milioni; + 23,4%). Il margine EBT si è attestato all'8,4% (2018: 7,4%), mentre l'utile netto del Gruppo è migliorato significativamente raggiungendo € 1.546 milioni (2018: € 1.387 milioni; + 11,5%).

Durante i primi nove mesi del 2019, il BMW Group ha consegnato ai clienti un totale di 1.866.198 unità (2018: 1.834.810 unità; + 1,7%). I ricavi del Gruppo sono leggermente aumentati su base annua a 74.844 milioni di euro (2018: 72.373 milioni di euro; + 3,4%). Gli utili per il periodo di nove mesi sono stati influenzati da un accantonamento di circa 1,4 miliardi di euro riconosciuto nel primo trimestre in relazione alla comunicazione degli addebiti ricevuta dalla Commissione europea relativa ai procedimenti antitrust in corso. Tuttavia, il BMW Group ha chiarito che, se necessario, contesterà le accuse della

Commissione europea con tutti i mezzi legali a sua disposizione.

L'utile prima del risultato finanziario (EBIT) registrato per il periodo di nove mesi è stato di 5.079 milioni di euro, significativamente inferiore rispetto all'anno precedente (2018: 7.168 milioni di euro; -29,1%). L'utile del gruppo prima delle imposte (EBT) è stato pari a 5.063 milioni di euro (2018: 7.827 milioni di euro; -35,3%), corrispondenti a un margine EBT del 6,8% (2018: 10,8%). Il BMW Group ha registrato un utile netto di nove mesi del gruppo di 3.614 milioni di euro (2018: 5.745 milioni di euro; -37,1%).

“Le misure di potenziamento dell'efficienza che abbiamo implementato stanno dando i loro frutti: siamo ad un livello superiore rispetto ai nostri concorrenti, anche considerando le difficili condizioni che la nostra azienda sta affrontando. Tuttavia, aspiriamo a ottenere qualcosa in più”, ha affermato Nicolas Peter, membro del consiglio di amministrazione di BMW AG, Finance. “Le spese iniziali per le tecnologie del futuro come la mobilità elettrica devono essere finanziate. Questo è il motivo per cui continuiamo a lavorare sistematicamente e a mantenere una chiara focalizzazione su prestazioni ed efficienza”.

Un aspetto chiave per raggiungere questi obiettivi per il BMW Group è lo sviluppo di processi digitali ancora più veloci e strutture più snelle. L'iniziativa Performance> NEXT dovrebbe generare efficienze superiori a 12 miliardi di euro entro la fine del 2022. Tra gli altri fattori che contribuiscono, i tempi di sviluppo per i nuovi modelli di veicoli saranno ridotti di un terzo. Dal punto di vista del prodotto, dal 2021 in poi saranno eliminate fino al 50% delle varianti di trasmissione tradizionali nel passaggio alla creazione di architetture migliorate per veicoli flessibili, a favore di trasmissioni elettrificate aggiuntive. L'impatto di queste misure sarà visibile soprattutto negli anni successivi al 2022.

Inoltre, il portafoglio di modelli viene regolarmente valutato al fine di trovare ulteriori modi per ridurre la complessità. Il potenziale per generare una maggiore sinergia ed efficienza negli acquisti indiretti, nonché in termini di materiali e costi di produzione viene anche usato abilmente in tutto il Gruppo. Infine, il BMW Group sta rafforzando le sue prestazioni con nuovi modelli, specialmente nei segmenti ad alto margine. La società punta a raddoppiare il volume delle vendite nel segmento del lusso dal 2018 al 2020.

Il margine EBIT è migliorato nel terzo trimestre

I ricavi del settore automobilistico per il periodo di tre mesi sono aumentati a € 23.016 milioni (2018: € 21.111 milioni; + 9,0%). L'EBIT è stato significativamente superiore rispetto all'anno precedente con un totale di € 1.515 milioni (2018: € 930 milioni; + 62,9%), corrispondente a un margine EBIT del terzo trimestre del 6,6% (2018: 4,4%). L'utile prima delle imposte è stato di 1.533 milioni di euro (2018: 1.003 milioni di euro; + 52,8%). Il flusso di cassa disponibile nel settore automobilistico è salito a 714 milioni di euro nel terzo trimestre (2018: € 98 milioni).

Con 64.853 milioni di euro, i ricavi del segmento a nove mesi sono leggermente aumentati rispetto all'anno precedente (2018: 62.629 milioni di euro; + 3,6%). L'EBIT per il periodo di nove mesi da gennaio a settembre è stato influenzato dall'accantonamento (circa 1,4 miliardi di euro) effettuato nel primo trimestre dell'esercizio 2019 in combinato disposto con la comunicazione degli addebiti ricevuta dalla Commissione UE in merito a procedimenti antitrust in corso, e di conseguenza ammonta a 2.674 milioni di euro (2018: 4.730 milioni di euro; -43,5%). Il margine EBIT è stato del 4,1% (2018: 7,6%). L'utile prima delle imposte è stato pari a 2.989 milioni di euro (2018: 5.346 milioni di euro; -44,1%).

Le vendite del marchio BMW sono aumentate del 2,2% a 1.601.397 unità nei primi nove mesi dell'anno (2018: 1.566.216 unità). Durante questo periodo, un'alta crescita a doppia cifra è stata registrata in particolare dalla BMW X3 (+ 74,0%) e dalla BMW X4 (+ 43,4%).

Con 261.024 unità, le vendite del marchio MINI nei primi nove mesi sono leggermente diminuite su base annua (2018: 265.935 unità; -1,8%) in un contesto di mercato estremamente competitivo. I dati di vendita della MINI Countryman per il periodo di nove mesi sono aumentati del 2,6% a 73.344 unità (2018: 71.490 unità), mentre la MINI Hatch (modelli a 3 e 5 porte) è leggermente diminuita su base annua a 132.363 unità (2018: 133.963 unità; -1,2%).

Rolls-Royce ha continuato a crescere fortemente in termini di volume delle vendite, con 3.777 unità consegnate ai clienti di tutto il mondo nei primi nove

mesi dell'anno (2018: 2.659 unità; + 42,0%). Tutte le regioni del mondo hanno registrato una crescita e una domanda sostenuta nell'intera gamma di famiglie di modelli Rolls-Royce. Le vendite della Wraith, in particolare la variante Black Badge, sono andate particolarmente bene durante il periodo in esame. La domanda dei clienti per la Cullinan rimane eccezionalmente elevata e ha contribuito a far crescere il portafoglio ordini rapidamente fino al primo trimestre del 2020. Sulla base di questa performance, il marchio rimane saldamente in rotta per un anno finanziario di grande successo nel 2019.

Il BMW Group si impegna per una distribuzione delle consegne uniforme e bilanciata in tutto il mondo.

Il BMW Group rimane impegnato nella sua strategia per raggiungere una distribuzione uniforme delle consegne in tutto il mondo, compreso un rapporto ben bilanciato tra produzione e volumi di consegna per regione. In questo sforzo, l'azienda sfrutta le sue strutture di produzione e vendita altamente flessibili per uniformare la domanda fluttuante tra le singole regioni.

Con 809.497 unità, i numeri delle consegne in Europa nel periodo di nove mesi sono simili all'anno precedente (2018: 816.037 unità; -0,8%). In Germania, il mercato unico più grande della regione, il BMW Group ha registrato una solida crescita, con consegne fino a 239.601 unità (2018: 224.933 unità; + 6,5%).

Le consegne di veicoli a marchio BMW, MINI e Rolls-Royce in Asia durante i primi nove mesi dell'anno sono aumentate a 681.773 unità (2018: 638.449 unità; + 6,8%). La Cina ha contribuito in modo significativo a questa performance, con consegne in nove mesi dei tre marchi del Gruppo in aumento del 14,5%, per un totale di 526.824 unità (2018: 460.200 unità).

Nel continente americano, le consegne di 334.785 unità tra gennaio e settembre si sono avvicinate al livello dell'anno precedente (2018: 336.258 unità; -0,4%). Con 261.278 unità, anche il volume delle vendite negli Stati Uniti è stato su un livello simile su base annua (2018: 260.086 unità; + 0,5%).

Il segmento delle motociclette registra ricavi e utili più elevati

BMW Motorrad è stata in grado di aumentare le consegne delle sue motociclette e dei suoi maxi-scooter nel terzo trimestre a 43.744 unità (2018: 39.818 unità; + 9,9%), determinando una corrispondente crescita dei ricavi a €

558 milioni (2018: € 476 milioni; + 17,2%). Anche l'EBIT è migliorato, passando a € 35 milioni per il periodo di tre mesi (2018: € 33 milioni; + 6,1%). Il margine EBIT del terzo trimestre per il segmento è stato del 6,3% (2018: 6,9%).

Le consegne di motociclette nei primi nove mesi del 2019 sono state pari a 136.932 unità (2018: 126.793 unità; + 8,0%), generando ricavi per € 1.871 milioni (2018: € 1.658 milioni; + 12,8%). L'EBIT è migliorato dell'8,7% a € 226 milioni (2018: € 208 milioni), corrispondente a un margine EBIT del 12,1% (2018: 12,5%).

La performance del segmento dei servizi finanziari rimane positiva

Il portafoglio di contratti di gestione di clienti al dettaglio nel settore dei servizi finanziari è cresciuto del 3,4% attestandosi a 5.414.506 contratti al 30 settembre 2019 (31 dicembre 2018: 5.235.207 contratti). Nel corso del terzo trimestre sono stati firmati con la clientela al dettaglio 504.217 (2018: 490.347 contratti; + 2,8%) nuovi contratti di finanziamento e leasing. I ricavi sono cresciuti del 3,5% a 7.471 milioni di euro (2018: 7.219 milioni di euro). L'utile prima delle imposte per il periodo di tre mesi è stato di € 597 milioni (2018: € 549 milioni; + 8,7%).

Complessivamente, sono stati conclusi 1.475.504 nuovi contratti con clienti durante il periodo di nove mesi in esame (2018: 1.422.558 contratti; + 3,7%). I ricavi del settore sono aumentati a € 21.981 milioni (2018: € 20.807 milioni; + 5,6%) e l'utile ante imposte a € 1.797 milioni (2018: € 1.705 milioni; + 5,4%).

Forza lavoro a livello dell'anno precedente

La forza lavoro del BMW Group comprendeva 135.524 dipendenti al 30 settembre 2019 ed era quindi a un livello simile alla fine dell'esercizio precedente (134.682; + 0,6%). Il BMW Group continua a reclutare lavoratori qualificati e specialisti IT su base selettiva per impegnarsi in progetti orientati al futuro come la digitalizzazione, la guida autonoma e la mobilità elettrica. Sfruttando le tendenze naturali delle fluttuazioni, l'obiettivo per l'intero anno è di mantenere il numero della forza lavoro al livello dell'anno precedente.

Il BMW Group ribadisce gli obiettivi per l'esercizio in corso

Il BMW Group si pone obiettivi ambiziosi, anche in tempi di incertezza politica ed economica. Con il suo portafoglio di prodotti giovani, ulteriormente rinnovato

con l'introduzione di nuovi modelli, il Gruppo intende rimanere il principale produttore automobilistico al mondo nel segmento premium.

Il BMW Group continua ad investire in modo sostanziale nelle nuove tecnologie e nella mobilità del futuro. I costi sono aumentati in varie aree, anche a causa del costo significativamente più elevato di conformità con una legislazione più severa sulle emissioni di CO₂. In questo contesto, è probabile che l'aumento dei costi di produzione abbia un effetto frenante sugli utili. Anche i fattori valutari e i prezzi delle materie prime avranno un impatto negativo. Allo stesso tempo, la discussione in corso dei conflitti commerciali internazionali rimane una fonte di incertezza.

Tenendo conto di tutti questi fattori, il BMW Group è fiducioso della sua capacità di raggiungere una crescita del volume nel segmento Automotive, dove si prevede un leggero aumento del numero di consegne ai clienti nel 2019.

All'interno di un ambiente aziendale stabile, un margine EBIT nell'intervallo tra l'8 e il 10% rimane l'obiettivo prefissato dal BMW Group. Tuttavia, la capacità di influenzare le condizioni sottostanti è limitata. Escludendo l'impatto dell'accantonamento di 1,4 miliardi di euro riconosciuto in relazione ai procedimenti antitrust in corso, l'intervallo obiettivo per il margine EBIT rimane invariato dal 6 all'8%. Poiché l'accantonamento ha un impatto negativo sul margine EBIT, il BMW Group prevede un margine tra il 4,5 e il 6,5% nel segmento Automotive per il 2019.

Con la sua gamma di modelli rinnovata, si prevede che il segmento Motocicli raggiungerà un solido aumento delle consegne ai clienti. Come nel 2018, il margine EBIT del segmento dovrebbe rientrare nell'intervallo obiettivo compreso tra l'8 e il 10%. Nel segmento dei servizi finanziari, il BMW Group prevede un ritorno sul patrimonio netto al livello dell'anno precedente e quindi al di sopra dell'obiettivo del 14%.

Oltre alle varie influenze negative sopra descritte, il fatto che alcuni effetti di valutazione positivi registrati nel 2018 non si ripeteranno nel 2019 comporterà una significativa riduzione del risultato finanziario del Gruppo. Pertanto, anche l'utile prima delle imposte dovrebbe essere significativamente inferiore al livello dell'anno precedente.

Le previsioni per l'anno in corso si basano sul presupposto che le condizioni economiche e politiche mondiali non cambieranno in modo significativo.

Tuttavia, qualsiasi deterioramento delle condizioni potrebbe avere un impatto negativo sulle prospettive. Il BMW Group continuerà con forza a mettere in atto misure chiave per la crescita e il miglioramento delle prestazioni e dell'efficienza, creando così un margine di manovra sufficiente per consentire di contribuire a plasmare il futuro e garantire la propria competitività. La sua forza operativa e finanziaria colloca il BMW Group in una posizione eccellente per svolgere un ruolo chiave nel plasmare la trasformazione in corso e migliorare il suo ruolo di leader nel settore automobilistico.

* * *

BMW Group		Gen. - Set. 2019	Gen. - Set. 2018	Cambiamento %
Consegne ai clienti				
Automotive	unità	1.866.198	1.834.810	1,7
Di cui: BMW	unità	1.601.397	1.566.216	2,2
MINI	unità	261.024	265.935	-1,8
Rolls-Royce	unità	3.777	2.659	42,0
Motociclette	unità	136.932	126.793	8,0
Workforce¹	(rispetto al 31/12/2018)	135.524	134.682	0,6
<u>Automotive</u> margine EBIT	%	4,1	7,6	-3,5 % punti
<u>Motorcycles</u> margine EBIT	%	12,1	12,5	-0,4 % punti
EBT margine BMW Group³	%	6,8	10,8	-4,0 % punti
Ricavi	€ milioni	74.844	72.373	3,4
Di cui: Automotive	€ milioni	64.853	62.629	3,6
Motociclette	€ milioni	1.871	1.658	12,8
Servizi Finanziari ³	€ milioni	21.981	20.807	5,6
Altre entità	€ milioni	4	4	-
Eliminazioni ³	€ milioni	-13.865	-12.725	-9,0
Profitto prima dei risultati finanziari (EBIT)³	€ milioni	5.079	7.168	-29,1
Di cui: Automotive	€ milioni	2.674	4.730	-43,5
Motociclette	€ milioni	226	208	8,7
Servizi Finanziari ³	€ milioni	1.860	1.694	9,8
Altre entità	€ milioni	7	22	-68,2
Eliminazioni ³	€ milioni	312	514	-39,3
Profitto prima della tassazione (EBT)³	€ milioni	5.063	7.827	-35,3
Di cui: Automotive	€ milioni	2.989	5.346	-44,1
Motociclette	€ milioni	222	205	8,3
Servizi Finanziari ³	€ milioni	1.797	1.705	5,4
Altre entità	€ milioni	-181	105	-
Eliminazioni ³	€ milioni	236	466	-49,4
Tasse sul reddito³	€ milioni	-1.493	-2.060	27,5
Profitto netto^{3,4}	€ milioni	3.614	5.745	-37,1
Utile per azione^{2,3}	€	5.37/5.38	8.62/8.63	-37,7/-37,7

1 Esclusi i contratti di lavoro in sospeso, i dipendenti nelle fasi lavorative e non lavorative degli accordi di lavoro a tempo parziale pre-pensionamento e i lavoratori con bassi salari.

2 Utili per azione ordinaria / privilegiata.

3 Dati dell'anno precedente rettificati a causa della prima applicazione dell'IFRS 16 rivisto; vedi nota 4 del bilancio intermedio del gruppo per il periodo chiuso al 30 giugno 2019.

4 Il valore per il 2018 include una perdita da attività operative cessate di € 22 milioni; il valore per il 2019 include una perdita da attività operative cessate di 44 milioni di euro.

BMW Group		3° trimestre 2019	3° trimestre 2018	Cambiamento %
Consegne ai clienti				
Automotive	unità	613.361	592.303	3,6
Di cui: BMW	unità	525.438	506.920	3,7
MINI	unità	86.680	84.505	2,6
Rolls-Royce	unità	1.243	878	41,6
Motociclette	unità	43.744	39.818	9,9
Workforce¹	(rispetto al 31/12/2019)	135.524	134.682	0,6
<u>Automotive</u> margine EBIT	%	6,6	4,4	+2,2 % points
<u>Motociclette</u> margine EBIT	%	6,3	6,9	-0,6 % points
Margine EBT BMW Group³	%	8,4	7,4	+1,0 % points
Ricavi	€ milioni	26.667	24.715	7,9
Di cui: Automotive	€ milioni	23.016	21.111	9,0
Motociclette	€ milioni	558	476	17,2
Servizi Finanziari ³	€ milioni	7.471	7.219	3,5
Altre entità	€ milioni	1	1	-
Eliminazioni ³	€ milioni	-4.379	-4.092	-7,0
Profitto prima dei risultati finanziari (EBIT)³	€ milioni	2.289	1.722	32,9
Di cui: Automotive	€ milioni	1.515	930	62,9
Motociclette	€ milioni	35	33	6,1
Servizi Finanziari ³	€ milioni	606	528	14,8
Altre entità	€ milioni	1	6	-83,3
Eliminazioni ³	€ milioni	132	225	-41,3
Profitto prima della tassazione (EBT)³	€ milioni	2.248	1.822	23,4
Di cui: Automotive	€ milioni	1.533	1.003	52,8
Motociclette	€ milioni	35	31	12,9
Servizi Finanziari ³	€ milioni	597	549	8,7
Altre entità	€ milioni	-26	27	-
Eliminazioni ³	€ milioni	109	212	-48,6
Tasse sul reddito³	€ milioni	-702	-420	-67,1
Profitto netto^{3,4}	€ milioni	1.546	1.387	11,5
Utile per azione^{2,3}	€	2.31/2.31	2.07/2.07	11.6/11.6

1 Esclusi i contratti di lavoro in sospeso, i dipendenti nelle fasi lavorative e non lavorative degli accordi di lavoro a tempo parziale pre-pensionamento e i lavoratori con bassi salari.

2 Utili per azione ordinaria / privilegiata.

3 Dati dell'anno precedente rettificati a causa della prima applicazione dell'IFRS 16 rivisto; vedi nota 4 del bilancio intermedio del gruppo per il periodo chiuso al 30 giugno 2019.

4 Il valore per il 2018 include una perdita da attività operative cessate di € 15 milioni

***: Dati di consumo / emissioni:**

MINI Cooper SE: consumo di carburante combinato: 0,0 l / 100 km; consumo di energia combinato: 16.8 - 14,8 kWh / 100 km; Emissioni di CO₂ dal combustibile combinato: 0 g/km

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: 02/51610.088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: <http://www.press.bmwgroup.com> (comunicati e foto)

e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

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 2018, il BMW Group ha venduto oltre 2.490.000 automobili e oltre 165.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2018 è stato di 9,815 miliardi di Euro con ricavi per 97,480 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2018, il BMW Group contava un organico di 134.682 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 5 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/>