



Comunicato stampa
5 agosto 2020

Il BMW Group ribadisce le previsioni per l'intero anno 2020

Zipse: “Cautamente ottimista per la seconda metà dell'anno” +++ Utile prima delle imposte dopo la prima metà dell'anno a circa 500 milioni di euro +++ Entrate e utili influenzati dalle flessioni del mercato del secondo trimestre +++ La rigorosa gestione delle scorte aiuta a salvaguardare il flusso di cassa +++ Obiettivi di CO₂ ora impostati per l'intero ciclo di vita del veicolo fino al 2030 +++ Strategia di prodotto di vasta portata: significativa riduzione della CO₂ con oltre sette milioni di veicoli elettrificati.

Monaco. A metà del percorso, il BMW Group rimane in linea per raggiungere gli obiettivi per l'intero anno. Dopo l'implementazione di riduzioni controllate in molti dei suoi stabilimenti a marzo, come risposta al prevedibile calo della domanda globale, il Gruppo ha avviato un riavvio coordinato delle sue strutture produttive nel secondo trimestre. Da metà giugno, tutti i suoi stabilimenti produttivi lavorano di nuovo a turni regolari. Tuttavia, l'efficienza dei costi e la gestione della liquidità rimangono fattori decisivi per il miglior controllo delle conseguenze della pandemia di coronavirus.

"La nostra rapidità di risposta e la coerente strategia di gestione ci hanno permesso di limitare l'impatto della pandemia di coronavirus sul BMW Group durante la prima metà dell'anno", ha dichiarato mercoledì **Oliver Zipse**, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, a Monaco.

Nonostante un significativo declino del mercato a seguito della pandemia di coronavirus, il BMW Group è stato in grado di ottenere un utile positivo al lordo delle imposte di 498 milioni di euro nel primo semestre. "Ora guardiamo al secondo semestre con cauto ottimismo e continuiamo a puntare su un margine EBIT tra lo 0 e il 3% per il segmento Automotive nel 2020. Stiamo monitorando da vicino la situazione e gestendo le capacità di produzione in linea con lo sviluppo del mercato e le fluttuazioni regionali nella domanda dei clienti."

Il BMW Group mantiene gli impegni assunti; nonostante il difficile contesto di mercato, continuerà a investire in settori tecnologici orientati al futuro e



svilupperà di conseguenza le sue competenze. Come precedentemente annunciato, il Gruppo intende investire oltre € 30 miliardi in ricerca e sviluppo fino al 2025 con l'obiettivo di estendere il proprio vantaggio in termini di innovazione.

La posizione di liquidità rimane forte - investimenti orientati al futuro ad alto livello

Al fine di raggiungere gli obiettivi di cui sopra, il BMW Group continua a effettuare gli investimenti iniziali necessari in tecnologie orientate al futuro. Le spese di ricerca e sviluppo del Gruppo per complessivi 2.734 milioni di euro sono rimaste ad alto livello nel primo semestre dell'esercizio in corso (2019: 2.796 milioni di euro; -2,2%). Il dato include le spese per il processo di elettrificazione in corso e, in particolare, per lo sviluppo della BMW iNEXT. Come precedentemente riportato, le **spese in conto capitale** per immobili, impianti e macchinari, nonché per altre attività immateriali, vengono effettuate sulla base delle priorità e sono altamente focalizzate. La spesa totale per il primo semestre dell'anno è stata di € 1.477 milioni (2019: € 2.175 milioni; -32,1%).

“Stiamo investendo con cura e con senso della misura. Alla luce della situazione attuale, stiamo posticipando o esaminando attentamente i nostri progetti. Come annunciato, nel secondo trimestre abbiamo anche sistematicamente ridotto i livelli di stock con l'obiettivo di salvaguardare il flusso di cassa libero”, ha affermato **Nicolas Peter**, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, Finance. “Il nostro Performance Programme sta apportando un contributo significativo agli utili. Negli ultimi tre anni circa, questo programma ha gettato le basi per miglioramenti chiave, di cui ora stiamo beneficiando e che ci consentono di portare avanti i cambiamenti necessari.”

Riduzione della CO₂ da raggiungere grazie a milioni di veicoli elettrificati

Il secondo focus strategico del Gruppo è sulla sostenibilità. Durante la pandemia di coronavirus, il Consiglio di Amministrazione ha fissato obiettivi ambiziosi a lungo termine. “Sostenibilità e digitalizzazione sono le questioni chiave del prossimo decennio. Soprattutto in questi tempi difficili, dobbiamo



impostare la direzione giusta in questo senso", ha dichiarato **Zipse**. "Non solo combiniamo l'eccellenza del prodotto con tecnologie digitali all'avanguardia, ma le progettiamo anche per promuovere i nostri obiettivi di sostenibilità. I nostri clienti e la società in generale beneficeranno di questa strategia".

Per la prima volta nell'intero ciclo di vita dei suoi prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione e fino alla fase di fine vita di un veicolo, il BMW Group si è prefissato obiettivi chiari per ridurre le emissioni di CO₂ fino al 2030. Durante l'intero periodo, le emissioni di CO₂ per veicolo devono essere **ridotte** in modo significativo **di almeno un terzo** entro il 2030 rispetto ai livelli del 2019.

Ad esempio, le emissioni di CO₂ generate dai nostri veicoli durante il loro ciclo di vita devono essere ridotte del 40% per chilometro. La leva chiave per raggiungere questo obiettivo è una strategia di prodotto di vasta portata che promuove in modo massiccio l'uso della mobilità elettrica. In dieci anni, l'obiettivo è di avere un totale di **oltre sette milioni di veicoli elettrificati** del BMW Group sulle strade - circa **due terzi** dei quali saranno modelli **completamente elettrici**.

Il BMW Group è già un produttore leader di veicoli elettrificati. Entro la fine del 2021, offrirà cinque automobili completamente elettriche prodotte in serie sotto forma di **BMW i3 ***, **MINI Cooper SE ***, **BMW iX3 ***, **BMW iNEXT** e **BMW i4**. La prossima generazione della **BMW Serie 7** segnerà un ulteriore importante traguardo. Il modello di punta del marchio BMW sarà disponibile con quattro diversi tipi di trasmissione, ovvero versioni diesel e benzina ad alta efficienza, un ibrido plug-in e, per la prima volta, un modello BEV completamente elettrico. Entro il 2023, il BMW Group intende avere 25 modelli elettrificati in gamma, metà dei quali completamente elettrici.

Ulteriori modelli completamente elettrici in cantiere

Oltre alla BMW Serie 7, la sistematica elettrificazione continuerà a essere implementata su tutta la gamma di modelli del Gruppo. Ulteriori esempi di "**Power of Choice**" saranno le apprezzatissime **BMW X1** e **BMW Serie 5**, che in futuro saranno disponibili con tutte e quattro le varianti di trasmissione: completamente elettrica, ibrida plug-in, diesel e benzina.



"I migliori veicoli al mondo sono sostenibili. La qualità premium e la sostenibilità saranno sempre più legate in futuro ", ha dichiarato **Zipse**.

"Stiamo sfruttando la nostra straordinaria competenza tecnologica sia nell'hardware che nel software per rendere desiderabili i nostri veicoli e allo stesso tempo contribuire a ridurre al minimo le emissioni di CO₂."

Il BMW Group continua a lavorare per ridurre in modo significativo le emissioni di CO₂ generate dalla sua attuale flotta di veicoli nuovi e anche quest'anno è di nuovo sulla buona strada per raggiungere l'obiettivo di CO₂ stabilito per la flotta di veicoli nuovi immatricolati in Europa nel 2020. Questo dato è inferiore di circa il 20% al requisito previsto per il 2019.

L'elettrificazione sistematica della gamma di modelli sta dando un contributo decisivo al raggiungimento di questo obiettivo.

Ricavi del gruppo in calo nel primo semestre

Come previsto, l'impatto negativo dovuto alla pandemia di coronavirus si è sentito in maniera più acuta nel periodo da aprile a giugno. Durante la **prima metà** dell'anno finanziario in corso, il BMW Group ha consegnato ai clienti di tutto il mondo 962.575 (-23,0%) veicoli di marca premium BMW, MINI e Rolls-Royce. I **ricavi del Gruppo** sono diminuiti di conseguenza a € 43.225 milioni (2019: € 48.177 milioni; -10,3%). L'**utile prima del risultato finanziario** (EBIT) per il semestre è stato di 709 milioni di euro (2019: 2.790 milioni di euro; -74,6%). L'**utile prima delle imposte** (EBT) è sceso a 498 milioni di euro (2019: 2.815 milioni di euro; -82,3%), con un **marginale EBT** dell'1,2% (2019: 5,8%). L'**utile netto del Gruppo** è stato di € 362 milioni (2019: € 2.068 milioni; -82,5%).

In totale, nel **secondo trimestre** sono stati consegnati ai clienti 485.464 veicoli (-25,3%). I **ricavi del Gruppo** sono diminuiti a € 19.973 milioni (2019: € 25.715 milioni; -22,3%). Complessivamente, il Gruppo ha registrato un **EBIT negativo** di € 666 milioni per il periodo dei tre mesi (2019: EBIT positivo di € 2.201 milioni). Una forte performance della joint venture BMW Brilliance Automotive Ltd. in Cina ha contribuito al miglioramento del risultato finanziario. La **perdita prima delle imposte** del secondo trimestre è stata di € 300 milioni (2019: utile ante imposte di € 2.053 milioni). Di conseguenza, il **marginale EBT** del Gruppo per il periodo di tre mesi è sceso all'1,5% negativo



(2019: positivo 8,0%). La perdita al netto delle imposte è stata di 212 milioni di euro (2019: utile dopo le imposte di 1.480 milioni di euro).

Le forti flessioni del mercato influiscono sulle prestazioni del settore Automotive

I **ricavi del settore Automotive** tra gennaio e giugno sono stati pari a 32.867 milioni di euro (2019: 41.837 milioni di euro; -21,4%). Gli effetti favorevoli del mix di prodotto e i migliori prezzi di vendita sulla base di un portafoglio prodotti rinnovato compensano parzialmente l'effetto dei volumi inferiori. L'**EBIT** di settore nel semestre è sceso a una perdita di € 1.325 milioni (2019: utile di € 1.159 milioni), con un **marginale EBIT** negativo del 4,0% (2019: positivo 2,8%).

I **ricavi del secondo trimestre** sono scesi a € 14.878 milioni (2019: € 22.624 milioni; -34,2%). L'**EBIT** di settore nel trimestre si è deteriorato con una perdita di € 1.554 milioni (2019: utile di € 1.469 milioni), con un **marginale EBIT** sceso al 10,4% in negativo (2019: positivo 6,5%).

Durante i primi **sei mesi** dell'anno, il marchio **BMW** ha venduto 842.153 unità (-21,7%), il marchio **MINI** 118.862 unità (-31,1%) e **Rolls-Royce Motor Cars** 1.560 unità (-37,6%).

Nonostante il calo complessivo del volume delle vendite, il numero di **veicoli BMW e MINI elettrificati** consegnati ai clienti è salito a 61.652 unità (+3,4%) nel periodo dei sei mesi. La continua espansione della gamma di modelli dovrebbe determinare un'ulteriore crescita in questo settore nella seconda metà dell'anno.

In **Europa**, 372.754 veicoli a marchio BMW, MINI e Rolls-Royce sono stati consegnati ai clienti durante il periodo di sei mesi (-32,3%). Il volume delle vendite registrato in **Germania** è sceso a 116.362 unità (-27,9%). In **Cina**, una tendenza più positiva è diventata evidente da aprile in poi. Grazie alla crescita del volume del secondo trimestre rispetto all'anno precedente, le vendite a sei mesi sono diminuite solo del 6,0% a 329.447 unità. Un totale di 121.318 unità (-29,5%) sono state vendute negli **Stati Uniti** nella prima metà dell'anno.

Il segmento dei motocicli riporta un profitto per un periodo di sei mesi



BMW Motorrad ha consegnato ai clienti 76.707 motocicli e maxi scooter nel **primo semestre** dell'anno (-17,7%), generando **ricavi** per € 1.079 milioni (2019: € 1.313 milioni; -17,8%). L'**EBIT** di segmento è stato pari a 65 milioni di euro (2019: 191 milioni di euro; -66,0%), con un **marginale EBIT** di segmento del 6,0% (2019: 14,5%).

Le consegne ai clienti nel **secondo trimestre** sono state pari a 41.933 unità (-23,2%), con **ricavi** pari a 522 milioni di euro (2019: 727 milioni di euro; -28,2%). L'**EBIT** è sceso a una perdita di 7 milioni di euro (2019: utile di 102 milioni di euro) e il **marginale EBIT** è stato negativo dell'1,3% (2019: positivo del 14,0%).

Il segmento dei servizi finanziari mantiene i ricavi ad alto livello

Al 30 giugno 2020, il **portafoglio di contratti** di gestione di clienti al dettaglio in gestione all'interno del **segmento Servizi Finanziari** ammontava a 5.502.786 contratti (31 dicembre 2019: 5.486.319 contratti; + 0,3%). Nel corso del primo semestre dell'anno sono stati firmati 804.452 **nuovi contratti di finanziamento e locazione** con clienti privati (2019: 971.287; -17,2%). I **ricavi** a sei mesi sono leggermente diminuiti su base annua a € 14.256 milioni (2019: € 14.510 milioni; -1,8%). L'**utile prima delle imposte** è stato di 581 milioni di euro (2019: 1.200 milioni di euro; -51,6%).

Il numero di nuovi contratti firmati nel **secondo trimestre** è sceso a 354.765 contratti (2019: 501.663 contratti; -29,3%). I **ricavi** di questo periodo sono stati pari a 6.658 milioni di euro (2019: 7.364 milioni di euro; -9,6%). L'**utile prima delle imposte** è stato di 97 milioni di euro (2019: 573 milioni di euro; -83,1%).

Confermato l'outlook per il 2020

Il BMW Group si pone obiettivi ambiziosi, anche in tempi politicamente ed economicamente turbolenti. Attualmente, tuttavia, l'incertezza causata dalla diffusione globale del coronavirus rende difficile fare una previsione accurata dell'andamento delle prestazioni del BMW Group per l'intero esercizio 2020. Per il periodo di dodici mesi nel suo insieme, il BMW Group continua a ipotizzare che la domanda in tutti i mercati chiave sarà notevolmente ridotta alla luce della pandemia di coronavirus e delle necessarie misure di contenimento.



Di conseguenza, le **consegne** in tutto il mondo per il **segmento Automotive** nel 2020 saranno probabilmente **significativamente inferiori rispetto all'anno precedente**. Nelle circostanze prevalenti, il BMW Group prevede che il **marginale EBIT** del segmento sarà compreso **tra 0 e 3%** nel 2020.

Principalmente a causa delle prospettive economiche negative, il settore dei **Servizi Finanziari** dovrebbe generare un volume inferiore di nuove attività in un contesto di rischio potenzialmente più volatile. Di conseguenza, per il segmento è prevista una **moderata** riduzione del **rendimento del capitale proprio** su base annua.

Le **consegne del settore motociclistico** dovrebbero diminuire **in modo significativo rispetto all'anno precedente**. Si prevede che il **marginale EBIT** sia compreso tra il 3 e il 5%.

Tenendo conto dei vari fattori sopra descritti, l'**utile del Gruppo prima delle imposte** dovrebbe essere **significativamente inferiore** rispetto al 2019.

Le **dimensioni della forza lavoro** saranno **leggermente al di sotto del livello registrato un anno prima**. Le misure relative al personale precedentemente comunicate verranno utilizzate per gestire le dimensioni della forza lavoro. Nelle circostanze attuali, tutte le nuove assunzioni sono soggette a rigorose revisioni critiche.

Come precedentemente riportato, le prospettive non tengono conto dei seguenti fattori: una recessione prolungata e profonda nei mercati di vendita chiave; una recessione ciclica ancora più pronunciata nell'economia cinese causata da recessioni in altre regioni economiche; gravi interruzioni dell'approvvigionamento a seguito di una concorrenza ancora maggiore; il potenziale impatto di una seconda ondata di infezione e le relative misure di contenimento. Il BMW Group sta monitorando attentamente gli sviluppi e rimane ben preparato ad agire in modo rapido ed efficiente.

	Gennaio-Giugno 2020 (HY 1)	Gennaio-Giugno 2019 (HY 1)	Variazione in %
BMW Group – Panoramica			
Consegne ai clienti			



Automobili ¹	unità	962.575	1,250,470	-23,0
Di cui: BMW ¹	unità	842.153	1,075,486	-21,7
MINI ¹	unità	118.862	172.482	-31,1
Rolls-Royce ¹	unità	1.560	2.502	-37,6
Motocicli	unità	76.707	93.188	-17,7
Forza lavoro (confronto con 31.12.2019)		125,614	126.016	-0,3
Margine EBIT segmento Automotive	%	-4.0	2.8	-6,8 % pts,
Margine EBIT segmento Motocicli	%	6.0	14.5	-8,5 % pts,
Ritorno sulle vendite ante imposte	%	1.2	5.8	-4,6 % pts,
Ricavi	milioni di €	43.225	48.177	-10,3
Di cui: Automotive	milioni di €	32.867	41.837	-21,4
Motocicli	milioni di €	1.079	1.313	-17,8
Financial Services	milioni di €	14.256	14.510	-1,8
Altro	milioni di €	1	3	-66,7
Eliminazioni	milioni di €	-4.978	-9.486	47,5
Utile / perdita prima del risultato finanziario (EBIT)	milioni di €	709	2.790	-74,6
Di cui: Automotive	milioni di €	-1.325	1.159	-
Motocicli	milioni di €	65	191	-66,0
Financial Services	milioni di €	619	1.254	-50,6
Altro	milioni di €	25	6	-
Eliminazioni	milioni di €	1.325	180	-
Utile / perdita al lordo delle imposte (EBT)	milioni di €	498	2.815	-82,3
Di cui: Automotive	milioni di €	-1.093	1.456	-
Motocicli	milioni di €	64	187	-65,8
Financial Services	milioni di €	581	1.200	-51,6
Altro	milioni di €	-408	-155	-
Eliminazioni	milioni di €	1.354	127	-
		136		
Imposte sul reddito del gruppo	milioni di €	-136	-791	82,8
Utile netto di gruppo ²	milioni di €	362	2.068	-82,5
Utile per azione (common/preferred share)	€	0.49/0.50	3.06/3.07	-84,0/-83,7



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 2019 del BMW Group a pagina 54. Come aggiornamento delle informazioni ivi fornite, il BMW Group ha rivisto i dati sulle consegne di veicoli risalendo retrospettivamente al 2015 nei suoi sedici mercati più significativi.

² Il valore di HY1 2019 include un utile derivante dalle attività operative cessate di € 44 milioni

		Aprile-Giugno 2020 (Q2)	Aprile-Giugno 2019 (Q2)	Variazione in %
BMW Group – Panoramica				
Deliveries to customers				
Automobili ¹	unità	485.464	649.856	-25,3
Di cui: BMW ¹	unità	430.344	560.189	-23,2
MINI ¹	unità	54.413	88.337	-38,4
Rolls-Royce ¹	unità	707	1.330	-46,8
Motocicli	unità	41.933	54.582	-23,2
Forza lavoro (confronto con 31.12.2019)		125,614	126.016	-0,3
Margine EBIT segmento Automotive	%	-10.4	6.5	-16,9 % pts,
Margine EBIT segmento Motocicli	%	-1.3	14.0	-15,3 % pts,
Ritorno sulle vendite ante imposte	%	-1.5	8.0	-9,5 % pts,
Ricavi	milioni di €	19.973	25.715	-22,3
Di cui: Automotive	milioni di €	14.878	22.624	-34,2
Motocicli	milioni di €	522	727	-28,2
Financial Services	milioni di €	6.658	7.364	-9,6
Altro	milioni di €	0	2	-
Eliminazioni	milioni di €	-2.085	-5.002	-58,3
Utile / perdita prima del risultato finanziario (EBIT)	milioni di €	-666	2.201	-
Di cui: Automotive	milioni di €	-1.554	1.469	-
Motocicli	milioni di €	-7	102	-
Financial Services	milioni di €	77	606	-87,3
Altro	milioni di €	13	2	-34,0
Eliminazioni	milioni di €	805	22	-



	-3			
Utile / perdita al lordo delle imposte (EBT)	milioni di €	-300	2.053	-
Di cui: Automotive	milioni di €	-1.173	1.483	-
Motocicli	milioni di €	-8	100	-
Financial Services	milioni di €	97	573	-83,1
Altro	milioni di €	-64	-97	-30,9
Eliminazioni	milioni di €	848	-6	-
Imposte sul reddito del gruppo	milioni di €	88	-573	-
Utile netto di gruppo	milioni di €	-212	1.480	-
Utile per azione (common/preferred share)	€	-0.35/-0.34	2.21/2.22	-/-

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 2019 del BMW Group a pagina 54. Come aggiornamento delle informazioni ivi fornite, il BMW Group ha rivisto i dati sulle consegne di veicoli risalendo retrospettivamente al 2015 nei suoi sedici mercati più significativi.

* EMISSIONI DI CO₂ E CONSUMI.

BMW i3 (120 Ah): consumo di carburante combinato: 0,0 l/100 km; consumo di energia combinato 13,1 kWh/100 km; Emissioni di CO₂ combinate 0 g/km

BMW i3s (120 Ah): consumo di carburante combinato: 0,0 l/100 km; consumo di energia combinato 14,6-14,0 kWh/100 km; Emissioni di CO₂ combinate 0 g/km

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 combinate: 0 g/km

BMW iX3: consumo di carburante combinato: 0,0 l/100 km; consumo di energia combinato: 17,8-17,5 kWh/100 km; Emissioni di CO₂ combinate 0 g/km



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 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 126.016 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/>