



Comunicato stampa
12 gennaio 2020

Il BMW Group chiude l'anno segnato dal Coronavirus con un quarto trimestre positivo e si conferma leader del segmento premium a livello mondiale per il diciassettesimo anno consecutivo

- 2.324.809 unità vendute dal BMW Group nel 2020 (-8,4%)
- Vendite BMW nel quarto trimestre in crescita del 4,3% rispetto all'anno precedente (600.799 veicoli)
- Le vendite di veicoli elettrificati aumentano di un terzo (+31,8%)
- Come previsto, nel 2020 il BMW Group raggiunge gli obiettivi di CO₂ fissati dall'UE
- Pieter Nota: "Abbiamo risposto agli effetti della pandemia con agilità nella gestione delle vendite e nella produzione. Abbiamo ampiamente rispettato gli obiettivi di emissioni di CO₂ fissati dall'UE raggiungendo meno di 100 g/km".
- In Italia aumento delle quote di mercato per BMW, MINI e BMW Motorrad. Leadership nei principali segmenti del mercato Premium e grande crescita dei veicoli elettrificati (+40%).

Monaco. Nel 2020 il BMW Group ha confermato ancora una volta la sua posizione di leader mondiale nel segmento automobilistico premium, con un totale di 2.324.809 veicoli BMW, MINI e Rolls-Royce (-8,4%) consegnati ai clienti in tutto il mondo. 686.069 veicoli sono stati venduti a livello di gruppo nel quarto trimestre, con un aumento di tre punti percentuali (+3,2%) rispetto all'anno precedente. Le vendite di veicoli ibridi plug-in sono aumentate di quasi il 40 per cento (38,9%) rispetto all'anno precedente, riflettendo la grande domanda per questa variante di alimentazione.

"Abbiamo risposto agli effetti della pandemia di Coronavirus con grande agilità nella gestione delle vendite e nella produzione. Di conseguenza, siamo riusciti a concludere l'anno con un quarto trimestre solido e ancora una volta siamo leader del segmento premium a livello mondiale", ha sottolineato **Pieter Nota**, Membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG e Responsabile Customer, Brands and Sales. "Grazie alle nostre tecnologie Efficient Dynamics e agli oltre 135.000 veicoli elettrificati consegnati in



Europa, abbiamo ampiamente rispettato gli obiettivi di emissioni CO₂ della nostra flotta in UE riuscendo persino a scendere di pochi grammi al di sotto della soglia obbligatoria", ha continuato Nota.

Adattamento omogeneo e rapido dei canali di vendita

A causa della pandemia di Coronavirus e della volontà dei clienti di un processo di vendita il più possibile privo di contatti fisici, l'anno scorso il BMW Group ha sistematicamente portato avanti un processo di digitalizzazione: in più di 60 mercati i venditori sono ora in grado di assistere i clienti e di vendere veicoli indipendentemente dalla loro ubicazione. Possono ad esempio configurare i veicoli insieme ai clienti utilizzando la condivisione schermo o fornire una dimostrazione dal vivo delle auto presenti in showroom.

In una seconda fase, il Gruppo ha largamente implementato il processo di vendita online per i suoi Concessionari nei mercati chiave attraverso i suoi siti web ad alto traffico e lancerà questo tipo di offerta in altri mercati nel 2021.

Ottime prestazioni per i modelli nel segmento del lusso di fascia alta

Il marchio **BMW** ha concluso l'anno con un totale di 2.028.659 (-7,2%) veicoli consegnati ai clienti in tutto il mondo. Un contributo significativo è stato fornito dalle ottime performance dei modelli nel segmento del lusso di alta gamma, che sono aumentati del 12,4% su base annua per un totale di 115.420 unità grazie alla BMW Serie 7, alla Serie 8 e alla X7. Le vendite di questi modelli altamente redditizi sono aumentate complessivamente di oltre il 70% dal 2018.

Le vendite di veicoli elettrificati sono aumentate di oltre il 30% testimoniando un incremento dell'elettromobilità

Come pioniere della mobilità elettrica, il BMW Group ha venduto un totale di 192.646 veicoli BMW e MINI elettrificati in tutto il mondo nel 2020 - un terzo (+31,8%) in più rispetto al 2019. Ciò significa che per il Gruppo l'elettromobilità rappresenta un importante fattore di crescita in termini



assoluti. Le vendite di veicoli completamente elettrici sono aumentate del 13%, mentre le vendite di veicoli ibridi plug-in sono cresciute di quasi il 40%. In Europa, i veicoli elettrificati hanno rappresentato fino al 15% delle vendite totali.

Il BMW Group ha esteso il numero di veicoli elettrificati (completamente elettrici e ibridi plug-in) presenti nella sua gamma raggiungendo 13 modelli, disponibili in 74 mercati in tutto il mondo. Entro il 2023, il BMW Group prevede di raddoppiare la sua line-up fino a 25 veicoli elettrificati, di cui più della metà saranno completamente elettrici. Al lancio della MINI e della BMW iX3 completamente elettriche, avvenuto lo scorso anno, seguirà nel 2021 l'inizio della produzione della BMW iX completamente elettrica a Dingolfing e della BMW i4 a Monaco di Baviera.

BMW M GmbH supera le sfide attuali e registra l'anno di maggior successo nei suoi quasi 50 anni di storia

Con una crescita delle vendite del 6% (144.218 veicoli consegnati), la **BMW M GmbH** chiude il 2020 segnando il più grande successo della sua storia. Sono stati principalmente i modelli ad alte prestazioni della gamma X, tra cui la nuova X6 M50i, che hanno contribuito a raggiungere questo successo di vendite di BMW M. Lo scorso anno, le nuove BMW M3 e BMW M4 sono state presentate in anteprima mondiale ed entrambi i modelli saranno lanciati nel primo trimestre del 2021.

Particolare richiesta per i modelli MINI ELECTRIC e John Cooper Works

In un anno difficile e in un segmento estremamente competitivo, le vendite del marchio MINI hanno raggiunto nel 2020 le 292.394 unità (-15,8%). Particolarmente apprezzati dai clienti sono stati il modello completamente elettrico MINI ELECTRIC, con 17.580 veicoli venduti, e John Cooper Works, con un totale di 20.565 unità vendute (+20,8%).



Rolls-Royce Motor Cars: prestazioni notevoli in un anno fuori dall'ordinario

Nel 2020, Rolls-Royce Motor Cars ha venduto un totale di 3.756 automobili (-26,4%). Questo risultato è stato raggiunto nonostante l'assenza sul mercato del veicolo più venduto del marchio, la Ghost, in previsione dell'introduzione del novo modello arrivato a fine anno. La domanda si è mantenuta forte per tutti i modelli, con ordini Bespoke a livelli record. Il momento clou dell'anno è stato il lancio della nuova Ghost, che ha raccolto il pieno consenso dei clienti, dei media e del pubblico in generale. Le richieste del nuovo modello hanno generato un portafoglio ordini molto elevato, completo fino alla seconda metà del 2021. Rolls-Royce Motor Cars continua a perseguire una crescita sostenibile a lungo termine.

BMW Motorrad ottiene il secondo miglior risultato di vendita della sua storia

Nonostante le sfide derivanti dalla pandemia, BMW Motorrad è stata in grado di consegnare ai clienti 169.272 motociclette e scooter nel 2020 e ha raggiunto il secondo miglior risultato di vendita della sua storia. Questo risultato è alla base della strategia di crescita di successo di BMW Motorrad. A garantire il risultato positivo è stato il lancio sul mercato di tredici nuovi modelli, nonché il solido portafoglio prodotti di BMW Motorrad.

Vendite BMW & MINI per aree geografiche/mercati

Le vendite del BMW Group in **Cina** sono state superiori del 7 per cento (7,4%) rispetto all'anno precedente, con un totale di 777.379 veicoli BMW e MINI consegnati ai clienti. Questo è il miglior risultato in termini di vendite annuali del BMW Group in Cina dall'ingresso sul mercato nel 1994. Il quinto mercato più grande per il Gruppo, la **Corea del Sud**, ha registrato un significativo aumento delle vendite, un terzo (+30,5%) in più rispetto all'anno precedente, con 69.872 unità vendute.

Il BMW Group ha venduto un totale di 306.870 unità (-18,0%) negli **Stati Uniti** lo scorso anno. In un contesto difficile caratterizzato dalla pandemia di



Coronavirus, la ripresa della domanda, combinata con una efficiente e stretta collaborazione con i concessionari, ha generato un quarto trimestre positivo.

In **Europa**, in un anno fuori dall'ordinario segnato dalle restrizioni nel settore Retail, le vendite totali di BMW e MINI (912.621 unità) sono state quasi il 16% inferiori a quelle dell'anno precedente. Nel mercato domestico tedesco, il BMW Group ha registrato un calo del 13,3% (287.143 unità).

Le vendite del BMW Group in Italia

L'**Italia** è stato uno dei Paesi più colpiti dalla crisi indotta dalla pandemia, ma entrambi i brand BMW e MINI hanno chiuso il 2020 con una performance di vendita migliore dell'andamento del mercato totale: la quota di mercato di BMW si è attestata al 3,3% (+0,3 pp rispetto al 2019) e quella di MINI all'1,2% (+0,1 pp). Nel 2020 per il brand **BMW**, infatti, si contano 46.010 veicoli venduti (-20,9% rispetto all'anno precedente) per una quota di mercato nel premium del 24,6 % (+1 pp rispetto al 2019) e per **MINI** 16.585 veicoli (-23,4% rispetto al 2019) e una quota nel premium dell'8,9% (+0,1 pp rispetto al 2019). Grazie all'espansione dell'offerta e all'aumento della domanda il numero di **veicoli elettrificate** vendute dal BMW Group nel 2020 è cresciuto significativamente: con 5.295 immatricolazioni di veicoli full electric o ibridi plug-in (+40% rispetto al 2019) il BMW Group ottiene una quota dell'8,8% del mercato elettrificato in Italia.

BMW Motorrad in Italia ha chiuso con un totale di 13.504 moto vendute (-13,5% rispetto al 2019), confermando la leadership del segmento delle moto oltre 500 cc, nel quale ha incrementato la propria quota di mercato fino al 18,7% (+0,3 pp rispetto al 2019).

“La rapida reazione, i rinnovati processi digitali, l'approccio al mercato a partire dagli “insight”, l'orientamento al cliente e la straordinaria partnership con la rete dei nostri Concessionari ci hanno fatto raggiungere risultati di business di rilievo anche in un anno estremamente difficile e complesso come quello appena concluso.” ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia “La performance della



seconda parte del 2020 ci ha permesso di invertire la tendenza in modo deciso rispetto a quanto avvenuto durante i mesi di lockdown della scorsa primavera, fino ad ottenere alla fine dell'anno un miglioramento della quota di mercato per tutti i brand del Gruppo. Anche in Italia, nonostante le difficoltà, siamo stati in grado di costruire grandi risultati, confermando nel nostro Paese i successi globali, primo fra tutti la leadership del mercato premium per il BMW Group analogamente a quanto avvenuto a livello internazionale. Il marchio BMW ha conseguito la performance migliore in termini di quota di mercato nel premium degli ultimi otto anni. Grandi soddisfazioni derivano anche dalla continua espansione della mobilità elettrificata, che per i brand BMW e MINI in Italia è cresciuta del 40% rispetto all'anno precedente e conferma il nostro impegno per la costruzione della mobilità sostenibile del futuro. A tutto questo si aggiungono la leadership tra le vetture sportive premium (grazie ai modelli M), nel segmento del lusso (con BMW Serie 7, Serie 8 e X7), in quello delle medie premium (con BMW Serie 3, Serie 4, X3 e X4), tra le compatte premium (con MINI 3 e 5 porte) e la conferma del successo di BMW Motorrad tra le moto oltre 500cc.”

Sintesi delle vendite del BMW Group nel Q4/Year-To-Date dicembre 2020

	Quarto trimestre 2020	Variazione in % rispetto all'anno precedente	Esercizio conclusosi a Dicembre 2020	Variazione in % rispetto all'anno precedente
BMW Group Automotive ¹	686.069	+3,2%	2.324.809	-8,4%
BMW ¹	600.799	+4,3%	2.028.659	-7,2%
BMW M GmbH ¹	43.568	+6,2%	144.218	+5,9%
MINI ¹	84.165	-3,7%	292.394	-15,8%
BMW Group Elettrificati ^{* 1}	76.246	+55,0%	192.646	+31,8%
Rolls-Royce ¹	1.105	-20,7%	3.756	-26,4%
BMW Motorrad ¹	39.673	+3,8%	169.272	-3,4%

*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

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.

Vendite BMW & MINI per Aree geografiche/mercati

	Quarto trimestre 2020	Variazione in % rispetto all'anno precedente	Esercizio conclusosi a Dicembre 2020	Variazione in % rispetto all'anno precedente
Europa ¹	264.096	-4,0%	912.621	-15,7%
- Germania * ¹	85.062	-6,7%	287.143	-13,4%
Asia ¹	279.986	+14,8%	984.515	+6,1%
- Cina ¹	217.698	+10,1%	777.379	+7,4%
Americhe * ¹	127.459	-4,4%	378.613	-19,7%
- USA ¹	107.299	-2,2%	306.870	-18,0%

*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 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.

I dati riportati nel presente comunicato sono preliminari e soggetti a modifiche fino alla presentazione dell'Annual Report 2020.

EMISSIONI DI CO₂ E CONSUMI.

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

BMW X6 M50i: consumo di carburante combinato: 10,7-10,4 l/100 km; emissioni di CO₂ combinate: 243-238 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 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 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/bmw-group/>