

Comunicato stampa
3 agosto 2021

Il BMW Group incrementa la redditività e i ricavi nel secondo trimestre nonostante la carenza di semiconduttori

- Zipse: "Grande capacità innovativa e trasformazione di successo"
- EBT di gruppo a poco meno di € 6 miliardi dopo lo scioglimento del fondo per le procedure antitrust UE
- Ricavi spinti dall'aumento dei volumi di vendita e dal pricing - Margine EBIT del segmento Automotive al 15,8%
- Free cash flow di € 4,9 miliardi per il semestre al 30 giugno
- Consegne veicoli elettrificati più che raddoppiate (+167%)
- Il secondo semestre sarà probabilmente influenzato da difficoltà di approvvigionamento e prezzi elevati delle materie prime

Monaco. Il BMW Group ha continuato a registrare performance dinamiche nel secondo trimestre, stabilendo nuove cifre record per le vendite, i ricavi e l'utile netto. La domanda di veicoli premium del Gruppo è rimasta forte, con prezzi sempre buoni.

Le cifre registrate per il secondo trimestre sono migliorate significativamente rispetto all'anno precedente, quando il BMW Group registrò delle perdite a causa della pandemia di Coronavirus. Nonostante ciò, le vendite e i guadagni sono cresciuti solidamente rispetto all'anno finanziario 2019.

"La nostra performance ha beneficiato della forte domanda dei clienti durante la prima metà dell'anno, permettendoci di ottenere una significativa crescita. Tuttavia, alla luce di una serie di rischi, tra cui i prezzi delle materie prime e la carenza di semiconduttori, il secondo semestre sarà probabilmente più volatile per il BMW Group", ha dichiarato **Oliver Zipse, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG**, martedì a Monaco di Baviera: "Nonostante le sfide a breve termine, rimaniamo concentrati sulla strategia a lungo termine del Gruppo che prevede di sfruttare la nostra grande capacità innovativa e la redditività sostenibile come base per plasmare con successo



la trasformazione del nostro settore. Nel fare ciò, ci impegniamo a trovare le migliori soluzioni tecnologiche al fine di far avanzare il progresso della connettività digitale e della mobilità sostenibile".

Il BMW Group sta portando avanti la sua strategia globale per raggiungere una mobilità sostenibile e senza emissioni. In linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi sul clima, la strategia aziendale del BMW Group è pienamente orientata all'incremento della mobilità elettrica il più rapidamente possibile. Dopo il successo del lancio sul mercato della BMW iX3*, i modelli completamente elettrici BMW i4 e iX seguiranno in autunno, e saranno equipaggiati con le prime potenti varianti della nuova gamma di motori elettrici. I veicoli completamente elettrici del BMW Group sono sinonimo di puro piacere di guida elettrico e di comfort eccezionale. Per esempio, la BMW **iX3*** raggiunge un'autonomia di 100 km (WLTP) dopo soli 10 minuti di ricarica in una stazione di ricarica HPC. I nuovi modelli completamente elettrici hanno ottenuto una risposta molto positiva nei recenti test.

Ulteriori modelli verranno presentati nell'immediato futuro. Nei prossimi due anni, l'elettrificazione coinvolgerà quasi l'intera gamma prodotti del BMW Group. Nel periodo fino al **2025**, il Gruppo intende aumentare le vendite di veicoli completamente elettrici di una media di oltre il 50% all'anno, consegnando ai clienti circa **due milioni di veicoli completamente elettrici** entro la metà del decennio.

La **Neue Klasse** è destinata a svolgere un ruolo chiave in questa transizione verso una mobilità sostenibile e a basse emissioni. Dalla metà del decennio in poi, tutti i futuri modelli del BMW Group condivideranno le caratteristiche principali della nuova architettura del veicolo, progettata senza compromessi per sistemi di propulsione elettrica. La Neue Klasse sarà caratterizzata da **un'architettura IT e software completamente ridefinita**, da una potente generazione di **sistemi di propulsione elettrica, da batterie di nuova concezione** e da un **più alto livello di sostenibilità per l'intero ciclo di vita**.

Aggiornamenti software da remoto (over-the-air) per 2,5 milioni di veicoli quest'anno

Il BMW Group ha continuato a migliorare la connettività dei veicoli per molti anni, fornendo costantemente ai clienti gli ultimi sviluppi software e della funzionalità attraverso aggiornamenti da remoto. Attualmente, più di due milioni di veicoli del BMW Group possono essere aggiornati “over-the-air”. Con il nuovo **BMW Operating System 8**, ora installato per la prima volta nella **BMW iX**, il produttore premium integra nei suoi prodotti il più potente sistema di elaborazione dati mai sviluppato finora, rendendo disponibili ai clienti **funzioni on demand** in qualsiasi momento e su base flessibile.

Il BMW Group sta inoltre progredendo nella creazione di un'economia circolare sostenibile. In collaborazione con i fornitori, il Gruppo sta sviluppando nuove tecnologie di produzione, nonché alternative sostenibili adeguate e concept di riciclo di vasta portata. Questo non vale solo per le materie prime già presenti in quantità limitata in natura, come il litio necessario per produrre le batterie, ma anche per la plastica e l'alluminio. Nel caso dell'alluminio, uno dei materiali chiave utilizzati nella produzione di veicoli, in alcuni siti sono già in atto procedure per separare questa risorsa riutilizzabile.

Il BMW Group ha posto la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro della sua strategia aziendale per il futuro, intraprendendo così un **percorso molto più ambizioso** dell'obiettivo dei due gradi fissato per arginare il riscaldamento globale. In questo contesto, gli **obiettivi misurabili e verificabili** che il BMW Group ha fissato per l'intero ciclo di vita dei suoi veicoli in tutte e tre le categorie di emissioni ('Scope 1-3') sono stati nel frattempo **convalidati dalla Science Based Targets Initiative**. Entro il 2030, l'obiettivo è quello di ridurre l'impronta ecologica globale totale per veicolo del BMW Group di almeno un terzo rispetto al 2019, il che porterà ad evitare più di 200 milioni di tonnellate di emissioni di CO₂ attraverso interventi tecnologici.



"I progressi verso la neutralità climatica sono documentati in modo verificabile e trasparente per tutti. In linea con l'accordo di Parigi sul clima, i nostri obiettivi chiaramente delineati ci mettono su un percorso significativamente più ambizioso del traguardo dei due gradi. Inoltre, siamo pienamente impegnati a raggiungere questi obiettivi senza riserve o eccezioni. La nostra idea è quella di creare una catena del valore con livelli di emissioni sempre più bassi, che culmini in un'economia circolare", ha dichiarato **Oliver Zipse**.

Attraverso questo approccio, il BMW Group si sta preparando al **Green Deal** europeo. Tuttavia, la recente proposta avanzata dalla Commissione europea di un ulteriore inasprimento degli obiettivi in materia di riduzione delle emissioni di CO₂ per le automobili per il 2030 (del 55% rispetto al 2021) può essere raggiunta solo con condizioni appropriate e con gli sforzi congiunti dell'industria e dei decisori politici. L'espansione delle infrastrutture di ricarica da parte degli stati membri prevista nell'UE non è abbastanza ambiziosa e deve essere implementata molto più rapidamente per avere successo. Il BMW Group sta intensificando i suoi sforzi per migliorare **l'infrastruttura di ricarica** - sia nelle sue sedi che in stretta collaborazione con i suoi partner commerciali. In linea con questo approccio, il Gruppo ha installato più di **15.000 punti di ricarica in tutto il mondo**, compresi più di **4.350 punti di ricarica** nelle proprie sedi, tutti alimentati esclusivamente da elettricità verde.

BMW Group altamente redditizio nel primo semestre

Il BMW Group ha continuato a registrare buoni risultati durante i primi sei mesi del 2021. Nonostante le sfide poste dalle restrizioni pandemiche globali e dalla limitata disponibilità di componenti dei semiconduttori, che hanno reso necessari degli aggiustamenti al programma produttivo, le vendite sono aumentate significativamente. Un totale di **1.339.047 veicoli dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce** è stato consegnato ai clienti nei primi sei mesi del 2021, con un aumento di quasi il 40% rispetto all'anno precedente (2020: 962.575 unità/ +39,1%) stabilendo un nuovo record del Gruppo per un primo semestre. Tutte le principali regioni di vendita hanno contribuito alla crescita

complessiva del volume delle vendite a livello mondiale. Il quadro è stato simile nel **secondo trimestre**, con consegne ai clienti in aumento del 44,7% rispetto all'anno precedente, raggiungendo le 702.441 unità (2020: 485.464 unità).

Anche la domanda elevata di veicoli elettrificati del BMW Group ha fornito un forte impulso alla crescita. Tra gennaio e giugno 2021, sono stati consegnati ai clienti 153.243 **veicoli completamente elettrici** e ibridi plug-in (2020: 61.652 unità), con un aumento del **148,6%** rispetto ad un anno prima. L'elevato tasso di crescita della vendita di veicoli elettrificati ha acquisito uno slancio ancora maggiore nel secondo trimestre, aumentando addirittura del **167,0%**.

Crescita significativa dei ricavi e degli utili di Gruppo

I ricavi sono aumentati significativamente rispetto all'anno precedente, sia nel primo semestre raggiungendo i **55.360 milioni di euro** (2020: 43.225 milioni di euro/ +28,1%, corretto per fattori valutari: +31,1%) che nel secondo trimestre 2021 con **28.582 milioni di euro** (2020: 19.973 milioni di euro/ +43,1%, corretto per fattori valutari: +45,2%), grazie ai maggiori volumi e ai migliori prezzi di vendita ottenuti sia sul mercato delle auto nuove che su quello dell'usato.

Il contesto di mercato favorevole ha anche portato a una **riduzione degli accantonamenti per il valore residuo atteso e per i rischi di credito** rispetto a un anno prima, nonché a parziali rilasci di rischi di credito. I guadagni hanno anche beneficiato del **parziale scioglimento del fondo in relazione alla procedura antitrust dell'UE**, che si è conclusa a luglio con il pagamento di una multa di 372,8 milioni di euro.

La spesa per attività di ricerca e sviluppo del Gruppo ammonta a **2.574 milioni di euro** (2020: 2.852 milioni di euro/ -9,7%, **Q2/2021: 1.287 milioni di euro**/ -15,8%, Q2/2020: 1.528 milioni di euro). Nel primo semestre, il



BMW Group si è impegnato nello sviluppo di tecnologie future cruciali, concentrandosi sull'ulteriore messa a punto di sistemi di propulsione elettrica, sulla guida automatizzata e sulla digitalizzazione della gamma di modelli del Gruppo. Le cifre di R&S riportate per il 2021 comprendono anche le spese iniziali per la Neue Klasse.

Il **rapporto R&S** è stato del **4,6%** per il semestre in esame e del **4,5%** per il secondo trimestre (rapporto R&S HY1/2020: 6,6%; Q2/2020: 7,7%). I rapporti inferiori su base annua sono in parte dovuti anche ai maggiori ricavi generati nei periodi corrispondenti.

Il **risultato finanziario del semestre** è stato positivo totalizzando **€ 1.706 milioni** (HY1/2020: negativo per € 211 milioni; **Q2/2021: positivo per € 974 milioni**, Q2/2020: positivo per € 366 milioni). La ragione principale del miglioramento è stata la quota di Gruppo dell'utile generato dalla joint venture cinese BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang, pari a € 1 miliardo (2020: € 529 milioni/ +89,0%). Anche gli effetti positivi di valutazione sulle coperture dei tassi d'interesse, sugli investimenti nel fondo BMW i Ventures e lo sviluppo favorevole della quota di SGL Carbon hanno contribuito all'aumento registrato.

Alla luce dei vari fattori sopra descritti, l'**utile ante imposte** del Gruppo per il semestre è stato pari a **9.736 milioni di euro** (HY1/2020: 498 milioni di euro; **Q2/2021: 5.979 milioni di euro**, Q2/2020: perdita di 300 milioni di euro).

Il **marginale EBT** del Gruppo per il primo semestre 2021 è stato del **17,6%** (HY1/2020: 1,2%; **Q2/2021: 20,9%**, Q2/2020: -1,5%). **L'utile netto del gruppo** è stato di **7.623 milioni di euro** (HY1/2020: 362 milioni di euro; **Q2/2021: 4.790 milioni di euro**, Q2/2020: perdita netta di 212 milioni di euro).



"La redditività sostenibile è la base che ci permette di investire nell'elettrificazione e nella digitalizzazione dei nostri modelli, nonché nella guida autonoma. In un primo semestre forte, abbiamo continuato a lavorare rigorosamente per guidare la nostra performance operativa. Anche le misure di miglioramento dell'efficienza stanno dando i loro frutti. Ad esempio, abbiamo fatto buoni progressi nella riduzione della complessità, in quanto le nuove soluzioni sottoforma di pacchetti stanno aumentando l'efficienza in tutta la gamma dei nostri prodotti e servizi, migliorando e semplificando al tempo stesso l'esperienza per il cliente. Ci stiamo anche concentrando sulle nostre strutture di vendita, utilizzando strumenti di analisi digitale per gestire le nostre attività di vendita e marketing. Come annunciato in precedenza, entro il 2025 puntiamo a ridurre i costi di produzione per veicolo di un quarto rispetto al 2019. Anche qui, stiamo facendo buon uso dei processi di pianificazione virtuale e ci sforziamo costantemente di ottimizzare la logistica e l'utilizzo della capacità degli impianti", ha dichiarato il **dottor Nicolas Peter, membro del Consiglio di amministrazione, Finance** a Monaco di Baviera martedì.

Crescita significativa per i marchi BMW, MINI, Rolls-Royce nel secondo trimestre

Nel periodo da aprile a giugno 2021, il BMW Group ha consegnato ai clienti di tutto il mondo un nuovo record di **702.441 unità** (Q2/2020: 485.464 unità/+44,7%), comprendente 617.667 veicoli del marchio BMW (Q2/2020: 430.344 unità/+43,5%), 83.165 veicoli del marchio MINI (Q2/2020: 54.413 unità/+52,8%) e 1.609 veicoli del marchio Rolls-Royce (Q2/2020: 707 unità/+127,6%).

Crescita del volume vendite in tutto il mondo

Il BMW Group ha registrato una crescita significativa in tutte le regioni del mondo, sia nel semestre che nel secondo trimestre.

In **Europa**, le consegne ai clienti nel primo semestre sono aumentate di oltre un terzo (+35,4%) fino a **504.834 unità** (HY1/2020: 372.754 unità; **Q2/2021: 265.816 unità**, Q2/2020: 151.730 unità/ +75,2%). Anche le vendite di veicoli



a marchio BMW, MINI e Rolls-Royce in **Germania** sono aumentate significativamente, con **136.058 unità** consegnate ai clienti nella prima metà dell'anno (1° semestre 2020: 116.362 unità/+16,9%; **2° trimestre/2021: 73.362 unità**, 2° trimestre/2020: 50.358 unità/+45,7%).

Nel periodo in esame, le performance sono migliorate anche nelle **Americhe**, con **225.144** veicoli a marchio BMW, MINI e Rolls-Royce consegnati tra gennaio e giugno (HY1/2020: 152.580 unità/ +47,6%, **Q2/2021: 128.792 unità**, Q2/2020: 70.502 unità/ +82,7%). La tendenza al rialzo è proseguita anche negli **Stati Uniti**, con un incremento delle consegne di oltre la metà a **184.436 unità** (HY1/2020: 121.318 unità/ +52,0%; **Q2/2021: 106.369 unità**, Q2/2020: 56.425 unità/ +88,5%).

In **Asia**, il numero di veicoli venduti a metà anno ammonta a **580.351 unità** (HY1/2020: 416.882 unità/ +39,2%; **Q2/2021: 292.654 unità**, Q2/2020: 253.942 unità/ +15,2%). La crescita continua senza sosta in **Cina**, dove il BMW Group ha registrato un aumento del 42,0% a **467.956 unità** per il semestre (HY1/2020: 329.447 unità; **Q2/2021: 237.763 unità**, Q2/2020: 212.870 unità/ +11,7%).

Significativo aumento dei ricavi del segmento Automotive

I ricavi generati dal segmento Automotive sono saliti a **€ 47.745 milioni** per il semestre (HY1/2020: € 32.867 milioni/ +45,3%; **Q2/2021: € 24.983 milioni**, Q2/2020: € 14.878 milioni/ +67,9%), trainati principalmente dal maggiore volume delle vendite, dalla crescita dei ricavi per ricambi e accessori, da un mix di modelli più favorevole e da un buon pricing.

L'utile di segmento al lordo del risultato finanziario (EBIT) è di **€ 6.189 milioni** (HY1/2020: perdita di € 1.325 milioni; **Q2/2021: € 3.953 milioni**, Q2/2020: perdita di € 1.554 milioni).



L'utile di segmento al lordo delle imposte (EBT) per il semestre è migliorato raggiungendo i **€ 7.526 milioni** (HY1/2020: perdita di € 1.093 milioni; **Q2/2021: € 4.750 milioni**, Q2/2020: perdita di € 1.173 milioni), grazie all'impatto combinato dei maggiori volumi di vendita, migliori valori residui e reddito riconosciuto sullo scioglimento del fondo per le procedure antitrust UE. Il margine EBIT del segmento per il semestre si è attestato al **13,0%** (HY1/2020: negativo 4,0%; **Q2/2021: 15,8%**, Q2/2020: negativo 10,4%).

Il free cash flow generato dal **segmento Automotive** per il periodo gennaio-giugno 2021 è stato pari a **€ 4.902 milioni** (2020: negativo per € 2.513 milioni). L'aumento dei flussi di cassa da attività operative riflette principalmente l'aumento degli utili al lordo delle imposte e lo sviluppo favorevole del capitale circolante. L'effetto combinato della gestione sistematica del capitale d'esercizio e delle restrizioni di produzione dovute alle difficoltà nella fornitura dei semiconduttori ha portato ad un basso livello di scorte. Per l'intero anno, il BMW Group mira a raggiungere un free cash flow superiore alla cifra dell'anno precedente di 5,8 miliardi di euro. Questo obiettivo, tuttavia, dipenderà dal peggioramento o meno dell'approvvigionamento di semiconduttori.

Segmento Financial Services sulla strada del successo

L'eccellente performance del **segmento Financial Services** nella prima metà del 2021 si riflette nel significativo aumento delle cifre registrate. Dopo l'impatto negativo durante il 2020, anno della pandemia, la crescita dei nuovi affari con i prodotti di leasing e di finanziamento ha portato a un significativo miglioramento degli utili di segmento. Espresso in termini di bilancio, il volume d'affari del segmento è aumentato leggermente rispetto al 31 dicembre 2020.

In totale, tra gennaio e giugno 2021 sono stati sottoscritti **1.029.345 nuovi contratti di finanziamento e di leasing** con clienti retail, con un significativo aumento del 28,0% rispetto al periodo corrispondente dell'anno



precedente, quando l'attività era stata frenata dal pesante impatto della pandemia di Coronavirus (2020: 804.452 contratti). Nel corso del semestre, il 50,2% dei nuovi veicoli del BMW Group è stato preso in leasing o finanziato dal segmento Financial Services (2020: 51,3%/ -1,1 punti percentuali).

Il volume totale dei nuovi contratti di finanziamento e di leasing conclusi con i clienti retail nel periodo da gennaio a giugno è cresciuto del 29,5% attestandosi a 32.445 milioni di euro (2020: 25.057 milioni di euro). Tutte le regioni hanno registrato una notevole crescita rispetto all'anno precedente.

Significativo miglioramento dei ricavi del segmento Financial Services

Il **segmento Financial Services** ha generato ricavi per un totale di **€ 16.106 milioni** nel primo semestre (HY1/2020: € 14.256 milioni/ +13,0%; **Q2/2021: € 8.200 milioni**/ +23,2%, Q2/2020: € 6.658 milioni).

L'utile al lordo delle imposte per il semestre è stato di **€ 1.936 milioni**, stabilendo un nuovo record per il segmento (HY1/2020: € 581 milioni; **Q2/2021: € 1.149 milioni**, Q2/2020: € 97 milioni). I principali fattori che hanno contribuito alla crescita degli utili sono stati il miglioramento della situazione generale dei rischi e i maggiori ricavi di marketing derivanti dalla vendita di veicoli in leasing restituiti, soprattutto sul mercato statunitense. 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.

Il segmento delle motociclette registra le migliori consegne e i migliori guadagni fino ad oggi

Il **segmento delle motociclette** ha dimostrato la sua forza operativa nel periodo in esame, lanciando otto nuovi modelli nei primi sei mesi dell'anno e stabilendo un nuovo record con **107.610 unità** consegnate ai clienti (Q1 2020: 76.707 unità/ +40,3%; **Q2/2021: 65.018 unità**/ +55,1%, Q2/2020: 41.933 unità).

L'utile di segmento al lordo del risultato finanziario (EBIT) ammonta a € **284 milioni** (HY1/2020: € 65 milioni; **Q2/2021: € 149 milioni**, Q2/2020: perdita di € 7 milioni).

Il margine EBIT per il semestre è stato del **17,5%** (HY1/2020: 6,0%; **Q2/2021: 17,2%**, Q2/2020: negativo 1,3%).

La carenza di semiconduttori e l'aumento dei prezzi delle materie prime rischiano di avere conseguenze sul secondo semestre

Per l'intero anno 2021, il BMW Group prevede uno sviluppo complessivamente positivo.

"La previsione si basa sul presupposto che né la pandemia di Coronavirus né la situazione delle forniture di semiconduttori peggioreranno significativamente e che i prezzi sui mercati internazionali delle materie prime rimarranno stabili. Siamo stati ampiamente in grado di compensare le impegnative conseguenze causate dalla carenza di semiconduttori nei primi sei mesi grazie al duro lavoro del nostro personale di acquisto, produzione e vendita. Tuttavia, più a lungo si protrarranno le difficoltà negli approvvigionamenti, maggiore è la probabilità che la situazione diventi tesa. Ci aspettiamo che le restrizioni alla produzione continuino nella seconda metà dell'anno e quindi un impatto corrispondente sui volumi di vendita", ha dichiarato il **dottor Peter**.

Alla luce delle previsioni di crescita generalmente positive per l'economia globale, il BMW Group sta aumentando le sue prospettive per l'intero anno per i segmenti Financial Services e delle motociclette.

Il **segmento Automotive** dovrebbe registrare un solido aumento anno su anno del numero di veicoli a marchio BMW, MINI e Rolls-Royce consegnati ai clienti. A causa dei procedimenti antitrust dell'UE, il margine EBIT del segmento per l'intero anno è stato rettificato a maggio ed è probabile che si collochi all'estremità superiore di una gamma che va dal 7 al 9% (previsione



precedente: dal 6 all'8%). Il RoCE di segmento dovrebbe aumentare significativamente.

Il BMW Group prevede che l'accantonamento del **segmento Financial Services** per rischi di credito e valore residuo sia inferiore anche nella seconda metà del 2021 rispetto a quanto precedentemente ipotizzato nella dichiarazione trimestrale per il periodo chiuso al 31 marzo 2021. Di conseguenza, il BMW Group prevede che il Return on Equity (RoE) per il segmento Financial Services sia compreso tra il 17 ed il 20% (previsione precedente: dal 12 al 15%).

Si prevede inoltre che il **segmento dei Motocicli** registri un aumento significativo delle consegne grazie al trend positivo del mercato (previsione precedente: solido aumento). È probabile che il margine EBIT finisca entro una gamma target dell'8-10%, permettendo al segmento di registrare un livello significativamente più alto di RoCE rispetto ad un anno prima.

Il BMW Group riconferma le sue previsioni anche per gli **indicatori di performance non finanziari**. Si prevede che la percentuale di donne nelle funzioni dirigenziali aumenti leggermente. Allo stesso tempo, il BMW Group punta ad un'ulteriore significativa riduzione delle emissioni di CO₂ generate dalla sua flotta di veicoli nuovi dell'UE. Secondo le attuali aspettative, 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**. Gli sviluppi macroeconomici e politici e le politiche commerciali e doganali internazionali potrebbero avere un impatto negativo anche sulla performance aziendale del BMW Group.



BMW Group – Panoramica		Secondo trimestre (Q2) 2021	Secondo trimestre (Q2) 2020	Variazione in %
Consegne ai clienti ¹				
Automobili	unità	702.441	485.464	44,7
Di cui: BMW ²	unità	617.667	430.344	43,5
MINI	unità	83.165	54.413	52,8
Rolls-Royce	unità	1.609	707	127,6
Motocicli	unità	65.018	41.933	55,1
Forza lavoro (confronto con 31.12.2020)		120.726		-4,2 ³
Margine EBIT segmento Automotive	%	15,8	-10,4	-
Margine EBIT segmento Motocicli	%	17,2	-1,3	-
Margine EBT BMW Group ⁴	%	20,9	-1,5	-
Ricavi	Milioni di €	28.582	19.973	43,1
Di cui: Automotive	Milioni di €	24.983	14.878	67,9
Motocicli	Milioni di €	868	522	66,3
Financial Services	Milioni di €	8.200	6.658	23,2
Altro	Milioni di €	1	-	-
Eliminazioni	Milioni di €	-5.470	-2.085	-
Utile / perdita al lordo del risultato finanziario (EBIT)	Milioni di €	5.005	-666	-
			1.375	
Di cui: Automotive	Milioni di €	3.953	-1.554	-
Motocicli	Milioni di €	149	-7	-
Financial Services	Milioni di €	1.128	77	-
Altro	Milioni di €	1	13	-
Eliminazioni	Milioni di €	-226	805	-
Utile / perdita al lordo delle imposte (EBT)	Milioni di €	5.979	-300	-
Di cui: Automotive	Milioni di €	4.750	-1.173	-
Motocicli	Milioni di €	149	-8	-
Financial Services	Milioni di €	1.149	97	-
Altro	Milioni di €	124	-64	-



Eliminazioni	Milioni di €	-193	848	-
Imposte sul reddito del gruppo	Milioni di €	-1.189	88	
Utile netto di gruppo	Milioni di €	4.790	-212	
Utile per azione (common/preferred share) ⁵	€	7,23 / 7,24	-0,35 / -0,34	-/-

¹ In relazione ad una revisione delle sue pratiche di vendita e delle relative pratiche di reporting, il BMW Group ha rivisto i dati di consegna dei veicoli dei periodi precedenti e ha accertato che alcune consegne di veicoli non erano riportate nei periodi corretti. Il BMW Group ha rivisto i suoi dati di consegna dei veicoli retrospettivamente per gli anni precedenti. Ulteriori informazioni su questo argomento sono fornite nel BMW Group Report 2020 da pagina 128. Il BMW Group continua a sviluppare politiche e procedure relative ai dati di consegna dei veicoli, per cui non è sempre possibile rivedere i dati dei periodi precedenti. Questo vale in particolare per le revisioni minori che non avrebbero un impatto materiale sulla comparabilità dei periodi di riferimento.

² Compresa la consegna ai clienti della joint venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.

³ La variazione percentuale del numero di dipendenti si basa sul confronto delle cifre al 31 dicembre 2020 e alla data corrispondente dell'anno precedente (31 dicembre 2019, numero di dipendenti: 126.016).

⁴ Utile del Gruppo al lordo delle imposte in percentuale delle entrate del Gruppo.

⁵ Azioni ordinarie / privilegiate. Nel calcolo dell'utile per azione delle azioni privilegiate, l'utile per coprire il dividendo aggiuntivo di € 0,02 per azione delle azioni privilegiate viene distribuito sui quattro trimestri dell'anno finanziario corrispondente.

		Semestre (HY) 2021	Semestre (HY) 2020	Variazione in %
BMW Group – Panoramica				
Consegne ai clienti ¹				
Automobili	unità	1.339.047	962.575	39,1
Di cui: BMW ²	unità	1.178.210	842.153	39,9
MINI	unità	157.848	118.862	32,8
Rolls-Royce	unità	2.989	1.560	91,6
Motocicli	unità	107.610	76.707	40,3
Forza lavoro (confronto con 31.12.2020)		120.726		- 4,2 ³
Margine EBIT segmento Automotive	%	13,0	-4,0	-
Margine EBIT segmento Motocicli	%	17,5	6,0	-
Margine EBT BMW Group ⁴	%	17,6	1,2	-



Ricavi	Milioni di €	55.360	43.225	28,1
Di cui: Automotive	Milioni di €	47.745	32.867	45,3
Motocicli	Milioni di €	1.621	1.079	50,2
Financial Services	Milioni di €	16.106	14.256	13,0
Altro	Milioni di €	2	1	-
Eliminazioni	Milioni di €	-10.114	-4.978	-
Utile / perdita al lordo del risultato finanziario (EBIT)	Milioni di €	8.030	709	-
Di cui: Automotive	Milioni di €	6.189	-1.325	-
Motorcicli	Milioni di €	284	65	-
Financial Services	Milioni di €	1.895	619	-
Altro	Milioni di €	-5	25	-
Eliminazioni	Milioni di €	-333	1.325	-
Utile / perdita al lordo delle imposte (EBT)	Milioni di €	9.736	498	-
Di cui: Automotive	Milioni di €	7.526	-1.093	-
Motocicli	Milioni di €	284	64	-
Financial Services	Milioni di €	1.936	581	-
Altro	Milioni di €	265	-408	-
Eliminazioni	Milioni di €	-275	1.354	-
				-
Imposte sul reddito del gruppo	Milioni di €	-2.113	-136	-
Utile netto di gruppo	Milioni di €	7.623	362	-
Utile per azione (common/preferred share) 5	€	11,49 / 11,50	0,49 / 0,50	-/-

¹ In relazione ad una revisione delle sue pratiche di vendita e delle relative pratiche di reporting, il BMW Group ha rivisto i dati di consegna dei veicoli dei periodi precedenti e ha accertato che alcune consegne di veicoli non erano riportate nei periodi corretti. Il BMW Group ha rivisto i suoi dati di consegna dei veicoli retrospettivamente per gli anni precedenti. Ulteriori informazioni su questo argomento sono fornite nel BMW Group Report 2020 da pagina 128. Il BMW Group continua a sviluppare politiche e procedure relative ai dati di consegna dei veicoli, per cui non è sempre possibile rivedere i dati dei periodi precedenti. Questo vale in particolare per le revisioni minori che non avrebbero un impatto materiale sulla comparabilità dei periodi di riferimento.

² Compresa le consegne ai clienti della joint venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.



³ La variazione percentuale del numero di dipendenti si basa sul confronto delle cifre al 31 dicembre 2020 e alla data corrispondente dell'anno precedente (31 dicembre 2019, numero di dipendenti: 126.016).

⁴ Utile del Gruppo al lordo delle imposte in percentuale delle entrate del Gruppo.

⁵ Azioni ordinarie / privilegiate. Nel calcolo dell'utile per azione delle azioni privilegiate, l'utile per coprire il dividendo aggiuntivo di € 0,02 per azione delle azioni privilegiate viene distribuito sui quattro trimestri dell'esercizio corrispondente.

*** 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.

GLOSSARIO - commenti esplicativi sugli indicatori chiave di performance

Consegne ai clienti

Un veicolo nuovo o usato sarà registrato come consegna una volta consegnato all'utente finale. Gli utenti finali comprendono anche i titolari di contratti di leasing con BMW Financial Services e - negli Stati Uniti e in Canada - le concessionarie quando designano un veicolo come prestito di servizio o veicolo dimostrativo. Nel caso di veicoli usati, gli utenti finali possono includere i concessionari e altre terze parti quando acquistano un veicolo all'asta o direttamente dal BMW Group. Anche i veicoli destinati all'utente finale che subiscono una perdita totale durante il trasporto vengono 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 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/>