



Comunicato stampa
05 maggio 2022

Forte aumento di utili e margine dopo il pieno consolidamento della joint venture cinese

- Zipse: "Forza e resilienza del BMW Group particolarmente evidenti in un ambiente difficile"
- L'EBT del Gruppo sale a € 12,2 miliardi
- Free cash flow di € 4,8 miliardi nel segmento auto
- Le vendite di BEV sono aumentate di quasi il 150%
- Guidance confermata nonostante l'elevata volatilità

Monaco. Il BMW Group ha ulteriormente rafforzato la sua posizione competitiva e la sua redditività nel primo trimestre del 2022, grazie alla domanda elevata continuativa dei suoi veicoli premium.

Il bilancio trimestrale dell'azienda include anche gli effetti positivi del consolidamento completo della joint venture cinese, BMW Brilliance Automotive Ltd (BBA), come precedentemente annunciato.

Anche senza questi effetti, i margini del BMW Group erano consistenti - una prova della sua forza finanziaria in un ambiente economico e geopolitico volatile. Il rendimento degli utili del Gruppo al lordo delle imposte (margine EBT) è stato del 39,3% nel primo trimestre (2021: 14,0%). Senza la rivalutazione della partecipazione esistente e gli effetti di consolidamento derivanti dal consolidamento integrale di BBA, il rendimento delle vendite del Gruppo ha raggiunto il 18,4%.

Il segmento auto ha mostrato una performance altrettanto forte nei primi tre mesi: il margine EBIT del segmento Automotive è stato dell'8,9% (2021: 9,8%) e quindi nell'intervallo superiore della gamma di obiettivi per il 2022.



Escludendo gli effetti del consolidamento, il margine EBIT ammonta al 13,2%.

"La forza e la resilienza del BMW Group sono particolarmente evidenti in questo ambiente difficile: con un alto livello di flessibilità, l'eccellenza operativa e l'enorme impegno del nostro team, stiamo guidando l'azienda verso il successo, oggi e in futuro", ha detto giovedì a Monaco Oliver Zipse, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG.

Aumento significativo delle consegne di veicoli elettrificati

Nel primo trimestre del 2022, le vendite di veicoli elettrificati sono aumentate significativamente - del 28% con 89.669 unità (2021: 70.207 veicoli/+27,7%). Come previsto, le vendite di veicoli elettrici puri sono più che raddoppiate a 35.289 unità (2021: 14.161 veicoli/+149,2%). La **BMW iX3*** (2022: 11.200 veicoli; 2021: 2.330 veicoli) e la **MINI Cooper SE*** (2022: 8.925 veicoli; 2021: 5.852 veicoli) sono stati i modelli elettrici più richiesti, con vendite significativamente superiori rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente. A breve distanza dall'introduzione sul mercato, le ammiraglie dell'innovazione, la BMW iX e la BMW i4, stanno già generando una forte domanda ed elevati nuovi ordini. La berlina di lusso completamente elettrica **BMW i7*** e la **BMW iX1***, così come la BMW i3 completamente elettrica in Cina, amplieranno la gamma di modelli a batteria nel 2022.

"Crediamo fermamente che sia particolarmente importante in tempi difficili non smettere di fare le cose giuste. Ecco perché stiamo aumentando il ritmo del ramp-up della mobilità elettrica e accelerando la trasformazione verso la mobilità sostenibile. E con il nostro approccio olistico alla riduzione delle emissioni di CO₂ dei nostri veicoli lungo tutta la catena del valore,



stiamo dando un contributo efficace alla lotta contro il cambiamento climatico", ha dichiarato il CEO Zipse.

L'azienda mira ad avere più di due milioni di veicoli completamente elettrici sulle strade entro il 2025. Già quest'anno, compresi i veicoli di preproduzione, il BMW Group avrà 15 modelli completamente elettrici in produzione - coprendo circa il 90% dei suoi segmenti attuali - ed è sulla buona strada per consegnare almeno il 10% del suo volume annuale di vendite in veicoli completamente elettrici.

Leggero aumento delle consegne negli Stati Uniti – le carenze delle forniture continuano

Un totale di 596.907 veicoli è stato consegnato ai clienti nel primo trimestre. Questa cifra è stata inferiore al massimo storico dell'anno precedente (2021: 636.606 veicoli/-6,2%), a causa della limitata disponibilità di componenti e dei blocchi su larga scala in Cina. Il tasso di crescita delle vendite è variato tra le diverse regioni del mondo: nelle Americhe e negli Stati Uniti, il BMW Group ha registrato una crescita alla pari con il trimestre dell'anno precedente. Nelle Americhe, l'azienda ha consegnato 99.169 veicoli ai clienti (2021: 96.352 veicoli; +2,9%). Negli Stati Uniti, le vendite del BMW Group hanno raggiunto 80.974 veicoli (2021: 78.067 veicoli; +3,7%), guadagnandosi una posizione di leader nel segmento premium statunitense.

I mercati europei, invece, hanno visto un moderato calo del 7,8% nelle consegne di BMW, MINI e Rolls-Royce (2022: 220.393 unità; 2021: 239.018 unità). Le vendite in Germania sono state leggermente inferiori su base annua, a 60.098 unità (2021: 62.696 veicoli/-4,1%).



L'andamento delle vendite in Asia ha riflesso principalmente le restrizioni legate al COVID e i nuovi blocchi in Cina, che hanno portato a una moderata diminuzione delle consegne a 265.065 unità (2021: 287.697 unità; -7,9%). In Cina, l'azienda ha consegnato 208.953 veicoli ai clienti (2021: 230.193 veicoli/-9,2%).

I marchi premium MINI e Rolls-Royce aumentano le vendite

Nei primi tre mesi del 2022, il marchio BMW ha consegnato un totale di 519.796 veicoli ai clienti - una diminuzione del 7,3% rispetto al buon trimestre dell'anno precedente (2021: 560.543 veicoli). Il 2022 segna l'anno del 50° anniversario di BMW M. 39.055 modelli ad alte prestazioni di BMW M sono stati consegnati ai clienti, con un aumento del 3,1% (2021: 37.894 veicoli).

A livello di marchio, le vendite di MINI nel primo trimestre sono aumentate leggermente (75.487 veicoli; 2021: 74.683 veicoli, +1,1%) - principalmente grazie ai modelli elettrificati MINI Cooper SE* e MINI Countryman Plug-in Hybrid*. Insieme, entrambi i modelli hanno rappresentato oltre il 17% delle vendite totali di MINI.

Rolls-Royce Motor Cars ha consegnato 1.624 veicoli ai clienti nel primo trimestre - un aumento del 17,7% rispetto all'anno precedente (2021: 1.380 veicoli). Questa crescita delle vendite proviene principalmente dai modelli Rolls-Royce Ghost e Cullinan.

Crescita significativa dei ricavi del Gruppo

I ricavi del primo trimestre sono saliti del 16,3% a 31.142 milioni di euro (2021: 26.778 milioni di euro). Questo aumento significativo è il risultato del



consolidamento completo di BBA già menzionato: la JV è stata consolidata definitivamente dall'11 febbraio 2022, a seguito dell'estensione dell'accordo di joint venture e dell'aumento delle quote detenute da BMW AG dal 50% al 75%. Da questa data, circa 23.000 dipendenti in Cina sono stati aggiunti al numero di dipendenti del BMW Group. La filiale ha contribuito con 3.287 milioni di euro ai ricavi a partire dall'11 febbraio 2022. Il Gruppo ha anche beneficiato di effetti positivi sui prezzi e sulla differenziazione di prodotti ed è stato in grado di espandere la sua attività post-vendita. Il continuo sviluppo positivo dei mercati delle auto usate, soprattutto negli Stati Uniti e nel Regno Unito, ha portato a maggiori ricavi dalla vendita di veicoli a fine noleggio. I ricavi hanno anche beneficiato delle oscillazioni favorevoli della valuta (tailwinds). I prezzi forti hanno anche contribuito a compensare in parte le fluttuazioni sfavorevoli (headwinds) a causa dell'aumento dei prezzi delle materie prime e dell'energia.

Le spese di ricerca e sviluppo del Gruppo sono state pari a 1.391 milioni di euro (2021: 1.287 milioni di euro/+8,1%) e quindi superiori all'anno precedente. La spesa si è concentrata principalmente su nuovi modelli, nonché sull'ulteriore elettrificazione e digitalizzazione del portafoglio, oltre agli investimenti iniziali per la Neue Klasse.

Il rapporto R&D è sceso al 4,5% (2021: 4,8%) a causa dell'aumento del fatturato.

Risultato finanziario e utili del Gruppo - forte crescita di BBA

A causa del consolidamento integrale di BBA, il risultato finanziario del Gruppo, in particolare, ha visto un forte aumento a 8.836 milioni di euro (2021: 732 milioni di euro). Ciò è dovuto a un utile preliminare di € 7,7 miliardi dalla rivalutazione della partecipazione esistente in BBA. Allo stesso tempo, il risultato at-equity è diminuito (2022: € 260 milioni, 2021: €

429 milioni/-39,4%), poiché gli utili di BBA sono stati inclusi solo fino al 10 febbraio 2022, a causa del consolidamento completo dopo tale data.

L'utile del Gruppo al lordo delle imposte (EBT) è aumentato a causa di questo effetto, raggiungendo € 12.227 milioni (2020: € 3.757 milioni; +225,4%).

Il margine EBT del Gruppo per il primo trimestre è aumentato significativamente al 39,3% (2021: 14,0%). Senza la rivalutazione della partecipazione esistente e gli effetti di consolidamento derivanti dal consolidamento integrale di BBA, il margine EBT del Gruppo ha raggiunto il 18,4%.

L'utile netto del Gruppo ammonta a € 10.185 milioni (2021: € 2.833 milioni; +259,5%).

Il consolidamento completo aumenta le cifre finanziarie del Segmento Automotive

Il Segmento Automotive ha aumentato significativamente i ricavi del primo trimestre a € 26.726 milioni (2021: € 22.762 milioni/+17,4%), come risultato del consolidamento completo. Gli effetti positivi dei prezzi e del mix di prodotti, combinati con le oscillazioni positive delle valute e le condizioni ancora buone nei mercati delle auto usate - con il favorevole sviluppo del valore residuo che ne deriva - hanno anche sostenuto i ricavi.

L'utile prima del risultato finanziario (EBIT) per il primo trimestre ha raggiunto 2.367 milioni di euro (2021: 2.236 milioni di euro/+5,9%). Il margine EBIT del segmento Automotive per lo stesso periodo si è attestato all'8,9% (2021: 9,8%).



Il consolidamento integrale di BBA ha portato a effetti di stabilizzazione anche nel Segmento Automotive: "Gli ammortamenti derivanti dall'allocazione del prezzo di acquisto e le eliminazioni degli utili intercompany ammontano a circa 1,2 miliardi di euro. Senza questi effetti, il margine EBIT era del 13,2%. Ciò riflette la forza del nostro segmento principale nel primo trimestre - soprattutto in presenza di condizioni esterne difficili", ha dichiarato Nicolas Peter, membro del Board of Management Responsible for Finance.

Il risultato finanziario del segmento ammonta a 8.053 milioni di euro (2021: 540 milioni di euro). Su di esso ha influito positivamente la già citata rivalutazione della partecipazione precedentemente detenuta in BBA. A causa degli effetti sopra descritti, l'utile ante imposte (EBT) del segmento per i primi tre mesi del 2022 ammonta a € 10.420 milioni (2021: € 2.776 milioni).

Il free cash flow del segmento Automotive del primo trimestre del 2022 ammonta, come previsto, a € 4.816 milioni (2021: € 2.522 milioni). Il consolidamento integrale di BBA vi ha contribuito con un afflusso di cassa da attività di investimento di € 5.011 milioni. Il prezzo di acquisto per il 25% delle azioni acquisite, per un importo di € 3.735 milioni, è stato pagato interamente in contanti. Come annunciato in precedenza, il BMW Group intende fornire un free cash flow di almeno 12 miliardi di euro per l'intero anno.

Il segmento dei servizi finanziari offre un'elevata crescita dell'EBT

Il Segmento Servizi Finanziari aveva un totale di 5.516.021 contratti di finanziamento e leasing con clienti retail alla fine del primo trimestre (31 dicembre 2021: 5.577.011/-1,1%). La limitata disponibilità di auto nuove si è riflessa anche nel numero di nuovi contratti. Tra gennaio e marzo 2022 sono stati stipulati complessivamente 433.429 nuovi contratti con clienti



retail (2021: 489.066 contratti/-11,4%). Lo sviluppo positivo dei mercati delle auto usate ha portato a maggiori ricavi dalla vendita di veicoli a fine leasing, con un corrispondente effetto positivo sulle cifre finanziarie del segmento.

I ricavi del primo trimestre hanno mostrato un solido aumento da € 7.906 milioni a € 8.486 milioni (+7,3%). Con una crescita significativa del 28,0%, il risultato al lordo delle imposte (EBT) del segmento Servizi finanziari è salito a 1.007 milioni di euro (2021: 787 milioni di euro). Un contributo principale è stato l'aumento delle entrate dalla rivendita di veicoli a fine leasing negli Stati Uniti e nel Regno Unito.

La percentuale di veicoli nuovi del BMW Group presi in leasing o finanziati dal Segmento Servizi Finanziari si è attestata al 46,8% alla fine del primo trimestre (2021: 50,4%/-3,6 punti percentuali).

Il segmento motocicli aumenta le consegne e i ricavi

Il Segmento Moto è stato ancora una volta in grado di aumentare il suo volume di vendite nel primo trimestre, sulla scia del grande successo dell'anno precedente. Un totale di 47.403 moto e scooter BMW sono stati consegnati ai clienti, con un aumento dell'11,3% rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (2021: 42.592 unità). I ricavi sono saliti del 6,1% a 799 milioni di euro (2021: 753 milioni di euro).

Gli utili del segmento al lordo del risultato finanziario (EBIT) hanno totalizzato 108 milioni di euro (2021: 135 milioni di euro/-20,0%), mentre il margine EBIT è arrivato al 13,5%.



Il BMW Group mantiene la sua guidance - si prevede che l'alta volatilità continui

Sostenuto da una forte domanda globale per i suoi attraenti veicoli premium, il BMW Group mantiene la sua guidance per l'anno. Il Gruppo sta monitorando da vicino la situazione geopolitica, dominata dalla guerra in Ucraina, così come il continuo sviluppo volatile dei prezzi nei mercati delle materie prime e dell'energia. La situazione sui mercati delle materie prime dovrebbe rimanere tesa. Anche i prezzi dell'energia rimarranno probabilmente ad un livello elevato. Il BMW Group ha quindi già preso in considerazione l'impatto iniziale della situazione prevalente nelle sue prospettive per l'anno finanziario 2022. La guerra in Ucraina e l'aumento dei tassi d'inflazione probabilmente aggraveranno questi sviluppi. Come nell'esercizio 2021, persiste il rischio di restringimenti nell'approvvigionamento dei componenti dei semiconduttori necessari alla produzione. Attualmente, la situazione non dovrebbe attenuarsi fino ad almeno la seconda metà del 2022. Si prevede quindi che le consegne nel segmento Automotive saranno alla pari con quelle dell'anno scorso. Il margine EBIT dovrebbe ancora rientrare nell'intervallo del 7-9%.

Sebbene sia previsto un leggero aumento delle consegne per il segmento delle motociclette, il margine EBIT dovrebbe rimanere all'interno del target dell'8-10%. Gli indicatori di performance del segmento motocicli sono influenzati solo marginalmente dal consolidamento completo di BBA.

Nel segmento dei servizi finanziari, ci aspettiamo un RoE compreso tra il 14-17%. Rispetto all'anno di riferimento 2021, i forti effetti positivi derivanti dalla rivendita di veicoli a fine noleggio dovrebbero normalizzarsi.

Gli effetti del consolidamento completo di BBA dovrebbero portare a una crescita significativa dell'utile del Gruppo al lordo delle imposte, nonostante gli impatti negativi degli adeguamenti della produzione.



Gli obiettivi delineati nella guida dell'azienda sono destinati ad essere raggiunti con un numero di dipendenti leggermente superiore, escludendo i dipendenti di BBA.

Non sono stati presi in considerazione in questa previsione: un significativo inasprimento delle sanzioni contro la Russia e/o contromisure da parte della Russia, un'escalation del conflitto al di fuori dell'Ucraina nonché un significativo prolungamento o estensione del blocco legato alla pandemia in Cina.

Indipendentemente da queste incertezze, tuttavia, la situazione rimane altamente volatile, rendendo estremamente difficile una previsione accurata dei risultati per l'anno finanziario 2022.



		Primo trimestre 2022	Primo trimestre 2021	Variazione in %
BMW Group – Panoramica				
Consegne ai clienti				
Automobili¹	unità	596.907	636.606	-6,2
Di cui: BMW ¹	unità	519.796	560.543	-7,3
MINI ¹	unità	75.487	74.683	1,1
Rolls-Royce ¹	unità	1.624	1.380	17,7
Motorrad	unità	47.403	42.592	11,3
Forza lavoro (rispetto al 31 Dic. 2021)		118.909		
Margine EBIT segmento Automotive	%	8,9	9,8	-0,9% pt
Margine EBIT segmento Motocicli	%	13,5	17,9	-4,4% pt
Margine EBT²	%	39,3	14,0	25,3% pt
Ricavi	milioni di €	31.142	26.778	16,3
Di cui: Automotive	milioni di €	26.726	22.762	17,4
Motocicli	milioni di €	799	753	6,1
Financial Services	milioni di €	8.486	7.906	7,3
Altro	milioni di €	1	1	-
Eliminazioni	milioni di €	- 4.870	- 4.644	4,9
Utile al lordo del risultato finanziario (EBIT)	milioni di €	3.391	3.025	12,1
Di cui: Automotive	milioni di €	2.367	2.236	5,9
Motocicli	milioni di €	108	135	- 20,0
Financial Services	milioni di €	966	767	25,9
Altro	milioni di €	-32	- 6	-
Eliminazioni	milioni di €	-18	-107	-83,2
Utile al lordo delle imposte (EBT)	milioni di €	12.227	3.757	225,4
Di cui: Automotive	milioni di €	10.420	2.776	275,4



Motocicli	milioni di €	109	135	-19,3
Financial Services	milioni di €	1.007	787	28,0
Altro	milioni di €	685	141	-
Eliminazioni	milioni di €	6	-82	-
Imposte sul reddito del Gruppo	milioni di €	- 2.042	- 924	-
Utile netto²	milioni di €	10.185	2.833	259,5
Utile per azione (common/preferred share) 4	€	15,33/15,33	4,26/4,26	-

*Include 96.133 unità (2021: 175.838 unità) consegnate ai clienti dalla joint venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang, nel periodo dal 1° gennaio al 10 febbraio 2022 (cioè prima del consolidamento completo di tale entità nei bilanci del BMW Group).

2 Rapporto tra gli utili del Gruppo prima delle tasse e le entrate del Gruppo.

*Dati sui consumi/emissioni:

BMW iX3: consumo di energia in kWh/100 km combinato: 18,9-18,5 WLTP.

MINI Cooper SE: consumo di energia in kWh/100 km combinati: 17.6-15.2 WLTP.

BMW i7: consumo di potenza in kWh/100 km combinati: 19,6-18,4 WLTP

BMW iX1: consumo di potenza in kWh/100 km combinati: 18,4-17,3 WLTP
(valore di previsione basato sullo stato di sviluppo precedente del veicolo).

MINI Cooper SE Countryman ALL4: consumo di carburante in l/100 km combinato: 2,1-1,9 (NEDC), 2,1-1,7 (WLTP); consumo di potenza in kWh/100



km combinato: 14,8-14,1 (NEDC), 15,9-14,8 (WLTP); emissioni di CO2 in g/km combinati: 48-44 (NEDC). 47-39 (WLTP).

GLOSSARIO - commenti esplicativi sugli indicatori chiave di prestazione

Consegne ai clienti

Un veicolo nuovo o usato viene registrato come consegna una volta che viene consegnato all'utente finale (che include anche i titolari di contratti di leasing con BMW Financial Services). Negli Stati Uniti e in Canada, gli utenti finali includono anche (1) i concessionari quando designano un veicolo come veicolo di servizio o dimostrativo e (2) i concessionari e altre terze parti quando acquistano un veicolo aziendale all'asta e i concessionari quando acquistano veicoli aziendali direttamente dal BMW Group. Le consegne possono essere effettuate da BMW AG, da una delle sue filiali internazionali, da un punto vendita del BMW Group o da concessionari terzi indipendenti. La stragrande maggioranza delle consegne - e quindi la segnalazione delle consegne al BMW Group - viene effettuata da concessionari terzi indipendenti. Le consegne di veicoli al dettaglio durante un dato periodo di riferimento non sono direttamente correlate ai ricavi che il BMW Group riconosce in relazione a quel particolare periodo di riferimento.

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 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 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/>

