



Comunicato stampa
03 agosto 2022

Primo semestre redditizio: il BMW Group mantiene la rotta in un contesto difficile

- 1° semestre: l'EBT del Gruppo ammonta a 16,2 miliardi di euro (margine EBT: 24,5%)
- 1° semestre: margine EBIT Auto dell'8,5% (esclusi gli effetti di consolidamento relativi a BBA: 12,6%)
- 2° trimestre: free cash flow di 3 miliardi di euro nel segmento Auto
- Confermata la previsione annuale per il margine EBIT del segmento auto: 7-9%
- Vendite di BEV più che raddoppiate nel 1° semestre (+110,3%)
- Previsti persistenti difficoltà nelle forniture e solida crescita dei volumi di vendita nel 2° semestre a/a
- Zipse: "Alto grado di resilienza e flessibilità".
- La NEUE KLASSE definisce ciò che il BMW Group rappresenta

Monaco. In un ambiente altamente instabile, il BMW Group ha proseguito nella giusta direzione nella prima metà del 2022. Con flessibilità e competenza, l'azienda ha affrontato sfide tra cui continue interruzioni della catena di approvvigionamento e difficoltà nelle forniture di semiconduttori e componentistica di fornitori specifici.

La forza di fondo e l'eccellenza operativa del BMW Group si sono riflesse negli utili dei primi sei mesi: nonostante la volatilità, l'azienda ha ottenuto un margine **EBT di Gruppo del 24,5% (T2 2022: 11,3%)**. La rivalutazione delle quote precedentemente detenute nella joint venture cinese BMW Brilliance Automotive Ltd. (BBA) ha contribuito all'alto livello dei profitti. (BBA) ha contribuito all'elevato rendimento. Questa rivalutazione, dovuta al consolidamento completo dell'11 febbraio, ha aumentato il risultato finanziario di 7,7 miliardi di euro.



Il **margin**e EBIT del settore automobilistico nel 2° trimestre è stato dell'**8,2%** (1° semestre 2022: **8,5%**). Nei primi due trimestri dell'anno, il **consolidamento integrale** di BBA ha ridotto gli utili del segmento Automotive. **Escludendo gli effetti del consolidamento integrale**, il BMW Group ha registrato un margine EBIT nel **segmento Automotive del 12,0%** nel 2° trimestre (**1° semestre 2022: 12,6%**) - ben al di sopra del range strategico a lungo termine dell'8-10%.

"Soprattutto in condizioni sfavorevoli, il BMW Group è caratterizzato da un elevato grado di resilienza. L'azienda riconosce tempestivamente i cambiamenti dell'ambiente economico e li contrasta di conseguenza. Il nostro alto grado di flessibilità e le nostre prestazioni operative hanno dimostrato più volte di essere una combinazione efficace per garantire il successo del BMW Group anche in acque agitate. Questa forza sarà di nuovo importante, dal momento che vediamo un crescente vento contrario all'economia, oltre alle continue carenze di approvvigionamento", ha dichiarato mercoledì a Monaco il **CEO di BMW AG Oliver Zipse**.

Al successo a lungo termine del BMW Group contribuiscono il suo spirito pionieristico e la sua costante attenzione all'innovazione. Una prova imminente della sua forza innovativa è la NEUE KLASSE puramente elettrica. Sarà completamente orientata alla sostenibilità e all'economia circolare, utilizzando nuove tecnologie e processi produttivi già a partire dalla metà del decennio. I modelli completamente elettrici della NEUE KLASSE daranno un contributo significativo ai volumi di vendita del BMW Group a partire dalla metà del decennio e accelereranno ulteriormente l'aumento della mobilità elettrica.

"I prodotti emozionali e la tecnologia innovativa sono e rimarranno la spina dorsale del nostro successo commerciale. La nostra gamma in rapida crescita di veicoli completamente elettrici con il BMW Operating System 8 impressiona clienti ed esperti ed è già oggi un aspetto centrale per le nostre vendite", ha dichiarato **Zipse**. "Dal 2025, faremo il prossimo grande salto con la NEUE KLASSE: la NEUE KLASSE definisce ciò che il BMW Group rappresenta nel futuro. Stiamo progettando una berlina compatta nel segmento della Serie 3 e un SUV sportivo. Entro la fine del decennio, la NEUE KLASSE dovrebbe rappresentare più della metà delle nostre vendite".



Le consegne di veicoli completamente elettrici sono più che raddoppiate

Nella prima metà del 2022, il BMW Group è riuscito a più che raddoppiare **le vendite di veicoli elettrici puri, raggiungendo le 75.890 unità** (2021: 36.087 veicoli/**+110,3%**; **2° trimestre 2022: 40.601 unità; +85,2%**). Nello stesso periodo, **le vendite di veicoli elettrificati** sono aumentate significativamente, salendo del **20,4% a 184.468 unità** (2021: 153.243 veicoli; **T2 2022: 94.799 unità; +14,2%**). La quota dei veicoli elettrificati sul totale delle consegne è salita al **15,9%** (1° semestre 2021: 11,4%).

La **BMW iX3*** (2022: 21.548 veicoli; primo semestre 2021: 10.009 veicoli) e la **MINI Cooper SE*** (2022: 18.428 veicoli; primo semestre 2021: 13.454 veicoli) sono rimasti i modelli completamente elettrici più richiesti, registrando vendite significativamente superiori rispetto al trimestre precedente. Il **69%** di questi veicoli completamente elettrici è stato consegnato a clienti della **regione europea**. Anche le innovative **BMW iX** e **BMW i4**, che sono ancora in fase di lancio sui mercati, sono state ben accolte e hanno contribuito al numero di ordini straordinariamente alto del BMW Group. Si prevede un'ulteriore crescita delle vendite nella seconda metà dell'anno, soprattutto grazie alla **BMW i3** completamente elettrica costruita in Cina, ma anche alla **BMW iX1*** e alla berlina di lusso **BMW i7***.

Calo delle vendite a causa delle carenze nelle forniture - base effect rispetto all'anno precedente

I problemi di fornitura dei semiconduttori e le interruzioni della catena di approvvigionamento dovute al Covid in Cina hanno avuto un impatto sulla produzione e sulle consegne nei primi sei mesi. Con un totale di **1.160.094 veicoli**, le vendite del BMW Group non hanno raggiunto il massimo storico dell'anno precedente (1° semestre 2021: 1.339.047 unità; **-13,4%**; **2° trimestre 2022: 563.187 unità; -19,8%** rispetto al 2° trimestre 2021). L'azienda ha comunque consolidato la sua posizione di leader nel segmento premium globale.

Aumento significativo dei ricavi del Gruppo nel primo semestre

Nonostante la mancata crescita delle vendite, i **ricavi** del Gruppo sono aumentati del **19,1%** nei primi sei mesi del 2022, raggiungendo **65.912 milioni di euro** (1° semestre 2021: 55.360 milioni di euro; **2° trimestre 2022: 34.770; +21,6%**). Il consolidamento completo della



filiale cinese BBA è stato uno dei principali fattori che hanno contribuito, portando un fatturato di circa **11 miliardi di euro**.

Per lo stesso motivo, anche il **costo del venduto di Gruppo** è aumentato significativamente, raggiungendo **54.399 milioni di euro** (1° semestre 2021: 44.109 milioni di euro; **+23,3%**; **2° trimestre 2022: 28.780 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 22.521 milioni di euro; **+27,8%**).

L'utile di Gruppo al lordo delle imposte è stato di **16.156 milioni di euro** dopo sei mesi (1° semestre 2021: 9.736 milioni di euro; **+65,9%**), un nuovo massimo storico. Questo dato include un vantaggio di **7,7 miliardi** di euro derivante dalla rivalutazione al valore di mercato delle azioni BBA precedentemente detenute.

Nel **secondo trimestre (T2 2022: 3.929 milioni di euro; T2 2021: 5.979 milioni di euro; -34,3%)**, l'EBT di Gruppo è stato inferiore a quello dello stesso periodo dell'anno precedente. Da un lato, ciò riflette il profitto una tantum di 1 miliardo di euro nel secondo trimestre del 2021 derivante dal parziale storno dell'accantonamento per il procedimento antitrust dell'UE. Dall'altro, i venti contrari derivanti dal consolidamento completo di BBA nel secondo trimestre di quest'anno hanno inciso sull'EBT del Gruppo per circa 1,1 miliardi di euro.

Il **marginale EBT del Gruppo** per i primi sei mesi si è attestato al **24,5%** (1° semestre 2021: 17,6%; **2° trimestre 2022: 11,3%**; 2° trimestre 2021: 20,9%).

L'utile netto del Gruppo è stato di **13.232 milioni di euro** (1° semestre 2021: 7.623 milioni di euro; **+73,6%**; **2° trimestre 2022: 3.047 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 4.790 milioni di euro; **-36,4%**).

I costi di ricerca e sviluppo del Gruppo (IFRS) per il primo semestre sono stati pari a **3.128 milioni di euro** (1° semestre 2021: 2.737 milioni di euro; **+14,3%**; **2° trimestre 2022: 1.560 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 1.304 milioni di euro/**+19,6%**) e sono stati quindi significativamente superiori all'anno precedente. La spesa si è concentrata principalmente sui nuovi modelli, oltre che sull'ulteriore elettrificazione e digitalizzazione della gamma. Sono stati inoltre effettuati investimenti iniziali per la NEUE KLASSE e la guida automatizzata.

Il **rapporto R&D (HGB)** del **4,5%** (1° semestre 2021: 4,6%; **2° trimestre 2022: 4,5%**; 2° trimestre 2021: 4,5%) è in linea con l'anno



precedente. Si prevede che il rapporto R&D per l'intero anno rientri nell'intervallo target del 5-5,5%.

Le **spese in conto capitale** del Gruppo hanno raggiunto un livello significativamente più alto nei primi sei mesi, con **2.929 milioni di euro** (1° semestre 2021: 1.709 milioni di euro; **+71,4%**; **2° trimestre 2022: 1.831 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 950 milioni di euro; **+92,7%**). L'aumento è dovuto principalmente alle spese iniziali per lo sviluppo della mobilità elettrica e agli investimenti presso BBA. Alla fine del primo semestre il **capex ratio** era pari al **4,4%**.

"I nostri investitori sanno che il BMW Group ha la forza finanziaria per investire oggi nel successo di domani. Stiamo guidando l'azienda attraverso l'attuale trasformazione con lungimiranza strategica. La stiamo posizionando in modo tale da poter sfruttare le capacità innovative e le competenze dei nostri dipendenti per svolgere un ruolo di primo piano nella mobilità sostenibile di oggi e del futuro", ha dichiarato **Nicolas Peter, membro del Consiglio di Amministrazione responsabile Finance**.

Il consolidamento integrale influisce sui dati finanziari del Segmento Automotive

I dati finanziari chiave del segmento Automotive mostrano effetti significativi del consolidamento completo di BBA durante il periodo di riferimento. I ricavi del segmento sono aumentati significativamente a **56.741 milioni di euro** (1° semestre 2021: 47.745 milioni di euro/**+18,8%**; **2° trimestre 2022: 30.015 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 24.982 milioni di euro; **+20,1%**).

Come in precedenza, il BMW Group ha continuato a beneficiare di **effetti positivi sui prezzi e sul mix di prodotti** e della crescita delle **attività di assistenza**. I ricavi sono stati sostenuti anche dagli effetti di conversione valutaria. In particolare, la situazione positiva dei mercati delle auto usate negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Germania ha portato a un aumento dei ricavi dalla vendita di veicoli a fine noleggio.

Il **costo del venduto** del segmento è salito a **48.093 milioni di euro** (1° semestre 2021: 39.060 milioni di euro/**+23,1%**; **2° trimestre 2022: 25.464 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 20.344 milioni di euro/**+25,2%**), con il costo del venduto BBA che ha contribuito in modo determinante a questo aumento. Inoltre, **gli effetti negativi del consolidamento integrale**, come gli ammortamenti derivanti



dall'allocazione del prezzo di acquisto e l'eliminazione degli utili intersocietari, sono stati pari a **circa 2,3 miliardi di euro**. Anche l'aumento dei prezzi delle materie prime e dell'energia, così come le spese dovute all'aumento dei prezzi e dei costi di ricerca e sviluppo, hanno aumentato il costo del venduto. Anche la crescente percentuale di veicoli elettrificati di quest'anno ha aumentato i costi rispetto al 2021.

L'utile prima del risultato finanziario (EBIT) è stato di **4.830 milioni di euro** per il periodo in esame (1° semestre 2021: 6.189 milioni di euro/-22,0%; **2° trimestre 2022: 2.463 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 3.953 milioni di euro; -37,7%). Il **marginale EBIT** del Segmento **Automotive** è stato dell'**8,5%** (1° semestre 2021: 13,0%; **2° trimestre 2022: 8,2%**; 2° trimestre 2021: 15,8%). Escludendo gli effetti negativi del consolidamento completo di BBA, il margine EBIT del segmento si è attestato al **12,6%** per il semestre e al **12,0%** per il periodo di tre mesi.

Il **risultato finanziario** del segmento è stato di **8.116 milioni di euro** (1° semestre 2021: 1.337 milioni di euro; **2° trimestre 2022: 63 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 797 milioni di euro). Questo dato include il già citato effetto di spinta derivante dalla rivalutazione delle azioni BBA precedentemente detenute a febbraio. Il **risultato at-equity**, che dall'11 febbraio non include più gli utili di BBA, si è attestato a **137 milioni di euro** ed è quindi significativamente inferiore (1° semestre 2021: 975 milioni di euro; -85,9%; **2° trimestre 2022: -123 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 546 milioni di euro).

A causa degli effetti sopra descritti, **l'utile del segmento prima delle imposte (EBT)** per i primi sei mesi del 2022 è stato pari a **12.946 milioni di euro** (1° semestre 2021: 7.526 milioni di euro; **2° trimestre 2022: 2.526 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 4.750 milioni di euro; -46,8%).

Il **free cash flow** del segmento **Automotive** ha raggiunto **7.770 milioni di euro** nel periodo in esame (1° semestre 2021: 4.902 milioni di euro; **2° trimestre 2022: 2.954 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 2.380 milioni di euro). **L'acquisizione dei fondi liquidi di BBA**, al netto del prezzo di acquisto trasferito a febbraio, ha contribuito a questo importo per **5.011 milioni di euro**. In considerazione della forte domanda di veicoli completamente elettrici, il BMW Group aumenterà gli investimenti nell'elettromobilità a partire dalla seconda metà dell'anno. Inoltre, l'azienda prevede un leggero calo delle consegne per l'intero anno. Questo sarà solo parzialmente



compensato da effetti positivi sui prezzi e sul mix e dallo sviluppo dei mercati delle auto usate. Di conseguenza, l'azienda punta a un **free cash flow nel segmento Automotive** per l'intero anno di almeno **10 miliardi di euro**.

Guadagni leggermente superiori per il Segmento Servizi Finanziari

Alla fine del secondo trimestre, il **segmento Servizi finanziari** gestiva un totale di **5.411.274 contratti di finanziamento e leasing con clienti retail** (31 dicembre 2021: 5.577.011/-3,0%). La limitata disponibilità di auto nuove, unita all'intensa concorrenza nel settore dei servizi finanziari, si è riflessa anche sul numero di nuovi contratti. Nel primo semestre del 2022, sono stati stipulati in totale **815.448 nuovi contratti** di finanziamento e leasing con clienti retail (1° semestre 2021: 1.029.345; **-20,8%**; **2° trimestre 2022: 382.019**; 2° trimestre 2021: 540.279; **-29,3%**).

Grazie al mix di prodotti di alta qualità, il volume di finanziamento per veicolo è aumentato, compensando parzialmente la riduzione dei nuovi contratti. Il **volume di nuove attività derivanti da tutti i contratti di finanziamento e leasing** con i clienti retail è stato pari a **28.442 milioni di euro** (1° semestre 2021: 32.445 milioni di euro) ed è stato quindi inferiore solo del 12,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Le elevate entrate derivanti dalla rivendita di veicoli a fine leasing, soprattutto negli Stati Uniti e in Europa, insieme agli effetti positivi dei cambi, hanno favorito sia i ricavi che gli utili del segmento.

Con una crescita del **2,3%**, l'**utile al lordo delle imposte (EBT) del Segmento Servizi Finanziari** è aumentato leggermente a **1.981 milioni di euro** (1° semestre 2021: 1.936 milioni di euro; **2° trimestre 2022: 974 milioni di euro**; 2° trimestre 2021: 1.149 milioni di euro; **-15,2%**).

La **percentuale di veicoli nuovi del BMW Group** noleggiati o finanziati dal Segmento Servizi Finanziari si è attestata al **44,4%** alla fine del secondo trimestre (2021: 50,2%/-5,8 punti percentuali).

Il segmento motocicli aumenta le consegne e i ricavi

Nel primo semestre dell'anno, il **volume delle vendite** del segmento motocicli si è mantenuto allo stesso livello elevato dell'anno precedente. In totale sono state consegnate ai clienti **107.555 moto e**



scooter BMW. (1° semestre 2021: 107.610 unità; -0,1%; **2° trimestre 2022: 60.152 unità;** (2° trimestre 2021: 65.018 unità; **-7,5%**). I ricavi sono aumentati leggermente a **1.663 milioni di euro** (1° semestre 2021: 1.621 milioni di euro; **+2,6%**; **2° trimestre 2022: 864 milioni di euro;** 2° trimestre 2021: 868 milioni di euro; **-0,5%**).

L'utile di settore prima del risultato finanziario (EBIT) è stato pari a **235 milioni di euro** (1° semestre 2021: 284 milioni di euro; **-17,3%**; **2° trimestre 2022: 127 milioni di euro;** 2° trimestre 2021: 149 milioni di euro; **-14,8%**), con un **margin e EBIT del 14,1%** (1° semestre 2021: 17,5%; **2° trimestre 2022: 14,7%**; 2° trimestre 2021: 17,2%).

Prospettive: si prevede che l'alta volatilità continui

Il BMW Group prevede che le condizioni commerciali rimarranno difficili nella seconda metà dell'anno. Le continue difficoltà nelle forniture, in particolare per i semiconduttori, la guerra in Ucraina e le interruzioni delle catene di approvvigionamento hanno portato a un calo delle consegne nel segmento Automotive nella prima metà dell'anno. Sebbene l'azienda preveda che i volumi di vendita nella seconda metà dell'anno saranno solidamente superiori a quelli dello stesso periodo dell'anno precedente, ciò non compenserà completamente il volume perso nel primo semestre 2022. Di conseguenza, le consegne per l'anno in corso dovrebbero essere leggermente inferiori all'anno precedente.

La percentuale di veicoli elettrificati dovrebbe comunque aumentare in modo significativo e le vendite di veicoli completamente elettrici dovrebbero più che raddoppiare.

Le emissioni di CO₂ del parco auto UE dovrebbero ancora ridursi leggermente. L'aumento significativo della percentuale di veicoli elettrificati sul totale delle consegne del BMW Group è decisivo per questo.

Come in precedenza, l'azienda prevede **un aumento significativo degli utili pre imposte del Gruppo**, grazie al consolidamento completo di BBA.

Nel segmento Automotive, il margine EBIT dovrebbe essere compreso **tra il 7 e il 9%**, come in precedenza. Il previsto calo delle consegne dovrebbe essere parzialmente compensato da effetti positivi sui prezzi e sul mix e dal continuo buon sviluppo dei mercati delle auto usate. Anche il ROCE del settore automobilistico dovrebbe rimanere nell'intervallo tra il 14 e il 19%.



Per l'intero anno si prevede un **leggero aumento delle consegne per il segmento motocicli**. Si prevede che il margine EBIT si collochi nella fascia obiettivo dell'8-10% e il ROCE del segmento in un corridoio compreso tra il 19 e il 24%.

Nel **segmento dei Servizi finanziari**, il buon andamento dei mercati delle auto usate ha portato a un aumento del risultato del segmento. Di conseguenza, si prevede che il **rendimento del capitale proprio (RoE)** sia ora compreso in un intervallo **tra il 17 e il 20%** (in precedenza: 14-17%).

Sulla base delle valutazioni attuali, il segmento dei Servizi finanziari ha rilevato livelli adeguati di accantonamenti/prelievi per coprire il valore residuo e i rischi di credito.

Gli obiettivi sopra descritti sono destinati a essere raggiunti con un numero di dipendenti significativamente più elevato, a seguito del consolidamento completo di BBA. La percentuale di donne in posizioni manageriali nel BMW Group dovrebbe aumentare leggermente indipendentemente dal consolidamento completo.

L'inflazione e i rialzi dei tassi d'interesse in corso continueranno a influenzare l'ambiente macroeconomico nei prossimi mesi e la domanda.

Di conseguenza, il numero di ordini superiore alla media - in particolare in Europa - dovrebbe normalizzarsi verso la fine dell'anno.

Un ulteriore inasprimento significativo delle sanzioni contro la Russia o misure reattive da parte di quest'ultima, l'interruzione della fornitura di gas con ripercussioni sui propri stabilimenti e su quelli dei fornitori, nonché la possibilità che il conflitto si estenda al di fuori dell'Ucraina e che si verifichino ulteriori blocchi prolungati e continui da parte di Covid non sono considerati in questa previsione.

I risultati effettivi dell'attività del BMW Group potrebbero differire dalle attuali aspettative a causa delle numerose incertezze e dei rischi e delle opportunità esistenti.



BMW Group – Panoramica Primo Trimestre 2022		Primo trimestre 2022	Primo trimestre 2021	Variazione in %
Consegne ai clienti				
Automobili ¹	Unità	563.187	70.441	-19,8
Di cui: BMW	Unità	496.432	617.667	-19,6
MINI	Unità	65.188	83.165	-21,6
Rolls-Royce	Unità	1.567	1.609	-2,6
Motorrad	Unità	60.152	65.018	-7,5
Forza lavoro (rispetto al 31 Dec. 2021)		118.909		
Margine EBIT segmento Automotive	%	8,2	15,8	-48,1
Margine EBIT segmento Motocicli	%	14,7	17,2	-14,5
Margine EBT BMW Group ²	%	11,3	20,9	-45,9
Ricavi	Milioni di €	34.770	28.582	21,6
Di cui: Automotive	Milioni di €	30.015	24.983	20,1
Motocicli	Milioni di €	864	868	-0,5
Financial Services	Milioni di €	8.765	8.200	6,9
Altro	Milioni di €	2	1	-
Eliminazioni	Milioni di €	-4.876	-5.470	-10,9
Utile al lordo del risultato finanziario (EBIT)	Milioni di €	3.426	5.005	-31,5
Di cui: Automotive	Milioni di €	2.463	3.953	-37,7
Motocicli	Milioni di €	127	149	-14,8
Financial Services	Milioni di €	982	1.128	-12,9
Altro	Milioni di €	-142	1	-
Eliminazioni	Milioni di €	-4	-226	-98,2



Utile al lordo delle imposte (EBT)	Milioni di €	3.929	5.979	-34,3
Di cui: Automotive	Milioni di €	2.526	4.750	-46,8
Motocicli	Milioni di €	128	149	-14,1
Financial Services	Milioni di €	974	1.149	-15,2
Altro	Milioni di €	277	124	-
Eliminazioni	Milioni di €	24	-193	-
Imposte sul reddito del Gruppo	Milioni di €	-882	-1.189	-25,8
Utile netto	Milioni di €	3.047	4.790	-36,4
Utile per azione (common/preferred) ³	€	4,30/4,31	7,23/7,24	-40,5/-40,5

1 Consegne compresa la Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.

2 Utile del Gruppo prima delle imposte in percentuale del fatturato del Gruppo.

3 Azioni ordinarie/privilegiate: gli utili per azione privilegiata sono calcolati distribuendo gli utili necessari a coprire il dividendo aggiuntivo di 0,02 euro per azione privilegiata proporzionalmente ai trimestri dell'esercizio finanziario corrispondente.

BMW Group - Panoramica HY1/ 2022		HY1 2022	HY1 2021	Variazione in %
Consegne ai clienti				
Automobili¹	Unità	1.160.094	1.339.047	-13,4
Di cui: BMW	Unità	1.016.228	1.178.210	-13,7
MINI	Unità	140.675	157.848	-10,9
Rolls-Royce	Unità	3.191	2.989	6,8
Motorrad	Unità	107.555	107.610	-0,1
Forza lavoro	(rispetto al 31 Dec. 2021)	118.909		
Margine EBIT segmento Automotive	%	8,5	13,0	-34,6
Margine EBIT segmento Motocicli	%	14,1	17,5	-19,4
Margine EBT BMW Group²	%	24,5	17,6	39,2



Ricavi	Milioni di €	65.912	55.360	19,1
Di cui: Automotive	Milioni di €	56.741	47.745	18,8
Motocicli	Milioni di €	1.663	1.621	2,6
Financial Services	Milioni di €	17.251	16.106	7,1
Altro	Milioni di €	3	2	50,0
Eliminazioni	Milioni di €	-9.746	-10.114	-3,6
Utile al lordo del risultato finanziario (EBIT)	Milioni di €	6.817	8.030	-15,1
Di cui: Automotive	Milioni di €	4.830	6.189	-22,0
Motocicli	Milioni di €	235	284	-17,3
Financial Services	Milioni di €	1.948	1.895	2,8
Altro	Milioni di €	-174	-5	-
Eliminazioni	Milioni di €	-22	-333	-93,4
Utile al lordo delle imposte (EBT)	Milioni di €	16.156	9.736	65,9
Di cui: Automotive	Milioni di €	12.946	7.526	72,0
Motocicli	Milioni di €	237	284	-16,5
Financial Services	Milioni di €	1.981	1.936	2,3
Altro	Milioni di €	962	265	-
Eliminazioni	Milioni di €	30	-275	-
Imposte sul reddito del Gruppo	Milioni di €	-2.924	-2.113	38,4
Utile netto	Milioni	13.232	7.623	73,6



	di €			
Utile per azione (common/preferred) 3	€	19,63/19,4	11,49/11,50	70,8/70,8

1 Consegne compresa la Joint Venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.

2 Utile del Gruppo prima delle imposte in percentuale del fatturato del Gruppo.

3 Azioni ordinarie/privilegiate. L'utile per azione privilegiata è calcolato distribuendo l'utile necessario a coprire il dividendo aggiuntivo di 0,02 euro per azione privilegiata proporzionalmente ai trimestri dell'esercizio finanziario corrispondente.

***Dati di consumo/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 combinato: 16,9-14,9 NEDC, 17,6-15,3 WLTP.

BMW iX1: Consumo di energia in kWh/100 km combinato: 18,4-17,3 WLTP (valore previsto in base allo stato di sviluppo precedente del veicolo).

BMW i7 xDrive60: Consumo di energia in kWh/100 km combinato: 19,6-18,4 WLTP.

GLOSSARIO - commenti esplicativi sugli indicatori chiave di performance

Consegne ai clienti

Un veicolo nuovo o usato viene registrato come consegna quando viene consegnato all'utente finale (che comprende anche i titolari di contratti di leasing stipulati con BMW Financial Services). Negli Stati Uniti e in Canada, gli utenti finali comprendono anche (1) i concessionari quando designano un veicolo come veicolo di servizio in prestito 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 indipendenti. La stragrande maggioranza delle consegne - e quindi della rendicontazione delle consegne al BMW Group - viene effettuata da concessionari indipendenti. Le consegne di veicoli al dettaglio in un determinato periodo di riferimento non sono direttamente correlate ai ricavi che il BMW Group riconosce per quel particolare periodo di riferimento.

EBIT

Utile prima del risultato finanziario. L'utile prima del risultato finanziario comprende i ricavi meno il costo del venduto, meno le spese di vendita e amministrative e più/meno gli altri proventi e oneri operativi netti.

Margine EBIT

Utile/perdita prima 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.

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

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/>