

**Informação à Imprensa**  
**5 de janeiro de 2021****BMW Group Portugal marca 2020 como o ano da  
aceleração do caminho para a eletrificação**

Num ano marcado pela crise provocada pela pandemia, o BMW Group Portugal ultrapassa os desafios do setor, registando um resultado significativamente positivo na venda de veículos eletrificados, representando 30% do seu volume de vendas.

Durante o ano de 2020, o BMW Group reforçou a sua estratégia de eletrificação, tendo feito uma aposta significativa numa frota mais ecológica e sustentável, através do lançamento de 12 veículos eletrificados.

Em 2020 foram transacionados 145.417 automóveis de passageiros e 29.208 motos em Portugal, o que corresponde a uma quebra superior a 31% face a 2019. As três marcas do BMW Group – BMW, MINI e BMW Motorrad – venderam 14.415 unidades em Portugal (-27% face a 2019), revelando uma performance superior ao mercado.

**BMW – Veículos eletrificados representam 30% das vendas de 2020**

A BMW registou 10.519 unidades vendidas em Portugal em 2020, o que corresponde a um decréscimo de 25% face ao ano de 2019 – uma performance superior ao mercado automóvel, que registou uma quebra de 35%.

A constante aposta na gama de novos produtos eletrificados foi uma das principais razões pelo bom desempenho da marca durante este ano, representando atualmente 30% das suas vendas totais, com 3.099 unidades vendidas em 2020 - um aumento de 23% em relação ao ano de 2019.

O BMW Série 1 é o modelo mais vendido da marca, representando cerca de 31% do total de vendas, seguido do BMW Série 3, que representa 20% das vendas totais em Portugal.

De salientar a performance da marca nos segmentos superiores, onde os modelos Série 3 Touring (984 unidades, +37%), X3 (567 unidades, +16%) e X5/X6 (310 unidades, +77%) obtiveram um desempenho acima da média. De realçar também o modelo BMW 330e berlina que foi o Plug-in Hybrid mais vendido no mercado Português em 2020, com 1.169 unidades vendidas.

**MINI – Modelos eletrificados já representam 30% das vendas da marca em Portugal**

A MINI registou um total de 1.794 unidades vendidas o que corresponde a um decréscimo de 30% face a 2019. Este resultado continua a ser condicionado pelo facto de já não existirem motorizações a gasóleo nos modelos MINI (3 e 5 Portas) e MINI Cabrio, assim como pelo contexto da pandemia.

Em 2020, e pela primeira vez, a MINI lançou um modelo totalmente elétrico: o MINI Cooper SE 3 Portas (MINI Electric). Este modelo revelou-se um sucesso comercial, terminando o ano com 235 unidades vendidas, o que corresponde a 13% do total de vendas MINI. Esta versão contribuiu fortemente para a excelente performance do MINI 3P.

## Informação à Imprensa

O modelo mais vendido foi o MINI Countryman, tendo registado um total de 601 unidades, sendo que 368 são da versão híbrida – a versão mais vendida da marca pelo segundo ano consecutivo. Atualmente, os modelos MINI eletrificados já representam 30% do total das vendas da marca em Portugal.

2020 foi também assinalado pelo lançamento do MINI John Cooper Works GP, tendo sido vendidas as 37 unidades disponíveis para Portugal antes da sua chegada ao território nacional. A gama John Cooper Works acompanhou a performance deste modelo e, com 146 unidades vendidas, registou o melhor resultado de sempre.

**BMW Motorrad – Novo recorde absoluto de vendas**

Com 2.102 unidades vendidas e um crescimento de 19%, a BMW Motorrad registou o seu melhor resultado de sempre em Portugal. Este resultado ganha ainda maior expressão se tivermos em consideração que o mercado das motos em Portugal registou uma quebra de 6,4% no segmento acima dos 125cc.

O maior contributo das vendas continua a ser dos modelos BMW R 1250 GS e BMW R 1250 GS Adventure, com 774 unidades vendidas.

A Gama F, com 543 unidades vendidas e um crescimento de 53%, foi determinante para o crescimento da marca, onde as mais recentes F 900 R e F 900 XR desempenharam um papel crucial.

A Gama C (Scooters), registou também um crescimento significativo de 37%, com 267 unidades vendidas.

A BMW Motorrad é consecutivamente líder no segmento dos motociclos com cilindrada superior a 750cc, mantendo-se como a terceira marca mais vendida no mercado de motociclos acima de 125cc em Portugal, tendo aumentado de forma significativa a sua quota de mercado de 12% para 16%.

**Após-Venda – Foco no digital**

Com um volume de negócios de cerca de 71 M€, a marca BMW registou um decréscimo de 11% na venda de peças, acessórios e lifestyle, como consequência da atual situação pandémica. A marca MINI, com um volume de negócios de aproximadamente 5.0M€ apresentou igualmente um decréscimo de 11% e a marca BMW Motorrad, com um volume de negócios de 5.6 M€, decresceu 6%.

2020 foi um ano marcado por um forte investimento em soluções digitais e remotas de serviço e apoio aos Clientes, de forma a permitir uma adaptação à situação criada pela pandemia, potenciando a sua retoma em 2021.

**BMW Financial Services – Resiliência face aos desafios de 2020**

Em 2020 a carteira de financiamento da BMW Financial Services atingiu os 645 M€, representando um ligeiro decréscimo de 8,6%, face ao ano de 2019.

Foram ativados 7.422 novos contratos de financiamento, representando uma redução de 23% face ao ano anterior. Deste número total de financiamentos, 60% tiveram como objeto automóveis novos BMW e MINI, 16% motociclos novos BMW Motorrad e 24% veículos usados. O capital financiado dos contratos ativados no decorrer do ano atingiu o valor de 178 M€.



Comunicação Corporativa

Informação à Imprensa



Rolls-Royce  
Motor Cars Limited

Destaca-se o novo recorde absoluto atingido em 2020 no que diz respeito aos financiamentos de motociclos novos BMW, com 1.165 contratos ativados no decorrer do ano, representando um aumento significativo de 46% face ao ano de 2019.

No segmento de seguros, 4.198 novos contratos foram ativados em 2020, o que corresponde a uma redução de 6,7% em comparação com o ano anterior.

**Para mais informações, por favor contactar:**

**BMW Group Portugal**

João Trincheiras, Corporate Communications Manager

[joao.trincheiras@bmw.pt](mailto:joao.trincheiras@bmw.pt)

---

**Sobre o BMW Group**

Com as suas marcas BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad o BMW Group é o construtor premium de automóveis e motociclos mais bem-sucedido do mundo, oferecendo também serviços financeiros e de mobilidade. Em termos globais, o BMW Group detém 31 fábricas em 15 países e uma rede global de vendas em mais de 140 países.

Em 2019, o BMW Group atingiu um volume global de vendas de mais de 2.5 milhões de automóveis e mais de 175.000 motociclos. O resultado em 2019, antes de impostos, foi de 7.118 mil milhões de euros, num total de 104.210 mil milhões de euros de volume de negócios. Em 31 de Dezembro de 2019, a empresa empregava um total de, aproximadamente, 126.016 colaboradores.

O sucesso do BMW Group tem sido, desde sempre, construído numa ótica de longo prazo e assente numa conduta responsável. Desta forma, a Companhia estabeleceu a sustentabilidade ecológica e social em toda a cadeia de valores, bem como uma ampla responsabilidade de produto e um evidente empenho na conservação de recursos, como parte integrante da sua estratégia.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>