

Comunicat de presă

4 noiembrie 2016

BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor

- Trimestrul al treilea: profit net mai mare cu 15%
- Segmentul auto: marja EBIT rămâne în obiectivul propus
- Întregul an 2016: previziuni reconfirmate
- Electromobilitate: peste 100.000 de automobile BMW electrificate sunt deja în trafic
- Electromobilitate: BMW Group va extinde electrificarea mărcilor principale pentru a include versiuni electrice MINI și BMW X3

București/München. BMW Group își continuă creșterea profitabilă și în trimestrul al treilea al anului și a dezvăluit cum vor fi implementate următoarele etape ale **Strategiei Number ONE > NEXT**. Fiind liderul mondial în ceea ce privește furnizarea de produse și servicii premium pentru mobilitate individuală, BMW Group a înregistrat cele mai bune date din istorie pentru volumul vânzărilor și profitul net aferente trimestrului al treilea. De asemenea, compania a făcut publice detalii cu privire la cea de-a doua etapă a strategiei de electrificare.

"Am obținut noi venituri record și am continuat creșterea profitabilă - menținând astfel o bază solidă pentru implementarea consistentă a strategiei noastre", a declarat **Harald Krüger, președintele Consiliului de Administrație al BMW AG**. "Am obținut deja un succes cuantificabil în domeniile în care este analizat întregul sector, adică strategia noastră de electrificare de succes, cu peste 100.000 de automobile electrice ce sunt deja prezente în trafic, și realizările constante de rentabilitate crescută, ceea ce ne permite să finanțăm investiții viitoare din propriile noastre resurse."

Krüger a continuat: "Întotdeauna, BMW i a reprezentat mai mult decât trenurile de rulare alternative: BMW i este «vârful de lance pentru inovație», asigurând că BMW Group își menține rolul de pionier tehnologic. Deja am dovedit aceasta în domeniul mobilității electrice - și continuăm să scriem propria poveste de succes în domeniile condusului autonom și digitalizării".

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor
Pagina 2

La trei ani de la lansarea cu succes a BMW i, BMW Group este pregătit să prezinte a doua etapă a strategiei sale de electromobilitate. Alături de extinderea anunțată anterior a gamei de modele BMW i pentru a include BMW i8 Roadster și BMW iNEXT, BMW Group își va continua planurile pentru a transfera sistematic mobilitatea integral electrică, pe baterii, către mărcile sale principale. Primul pas va fi un model MINI complet electric în 2019, urmat de un model BMW X3 electric în 2020.

"Suntem absolut convinși că mobilitatea de mâine este una cu dezvoltare durabilă", a spus **Krüger**. "Acum câțiva ani, am anunțat angajamentul nostru fără echivoc față de mobilitatea electrică și am obținut o poziție de lider tehnologic în acest domeniu. Cererea tot mai mare din partea clienților confirmă că suntem pe drumul cel bun și că acum este momentul potrivit pentru a face următorii pași."

Numai în al treilea trimestru, BMW Group a livrat către clienți peste 18.000 de automobile electrice BMW i și BMW iPerformance, dublu față de aceeași perioadă a anului trecut. Pentru întregul an 2016, BMW Group se așteaptă să vândă peste 60.000 de automobile ce dispun de trenuri de rulare integral electrice sau hybrid plug-in.

BMW Group obține cele mai bune date din istorie pentru primele nouă luni ale anului 2016

Volumul de livrări în trimestrul al treilea pentru cele trei **mărci premium** ale BMW Group (BMW, MINI și Rolls-Royce) a crescut cu 7,1%, ajungând la 583.499 de unități (2015: 545.062). Aceste date marchează un nou maxim istoric pentru al treilea trimestru și consolidează poziția BMW Group de principal constructor de automobile premium în lume.

Veniturile trimestrului al treilea au urcat cu 4,6%, la 23,362 de miliarde de euro (2015: 22,345 miliarde €). Ajustate cu factorii ratelor de schimb, veniturile au crescut cu 6,6%. Totalizând 2,380 miliarde de euro, **profitul anterior exercițiului financiar** (EBIT) a fost ușor mai bun decât anul trecut (2015: 2,354 miliarde €; +1,1%). **Profitul brut al BMW Group** (EBT) s-a îmbunătățit cu 13,8%, la 2,575

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor
Pagina 3

miliarde de euro (2015: 2,263 miliarde €). **Profitul net** a urcat cu 15,3%, la 1,821 miliarde de euro (2015: 1,579 miliarde €), un nou record pentru trimestrul al treilea.

Livrările segmentului auto pentru **cele nouă luni** au crescut cu 6,2%, astfel că au ajuns la un nou maxim de 1.746.638 de unități (2015: 1.644.810). Strategia urmărită, de a obține o distribuție echilibrată a vânzărilor la nivel mondial, a continuat să dea rezultate, ceea ce a permis ca fluctuațiile de pe piețele individuale să fie compensate.

În **primele nouă luni**, **veniturile BMW Group** au crescut cu 3,0%, la 69,229 de miliarde de euro (2015: 67,197 miliarde €). **Profitul anterior exercițiului financiar** (EBIT) s-a îmbunătățit cu 2,2%, la 7,562 de miliarde de euro (2015: 7,400 miliarde €). **Profitul brut al BMW Group** (EBT) s-a mărit cu 8,8%, stabilind un nou record prin valoarea de 7,741 miliarde de euro (2015: 7,114 miliarde €). **Profitul net al concernului** este mai mare cu 11,7%, totalizând 5,411 miliarde de euro (2015: 4,844 miliarde €), reprezentând și acesta un nou record pentru primele trei trimestre ale anului.

Segmentul auto: marja EBIT în intervalul prestabilit

Veniturile trimestrului al treilea au crescut, în segmentul auto, cu 2,8%, la 21,564 de miliarde de euro (2015: 20,970 miliarde €). Așa cum s-a anunțat anterior, cheltuielile în avans cu proiectele și activitățile legate de implementarea Strategiei Number ONE > NEXT vor afecta câștigurile mai mult în a doua jumătate a anului față de primul semestru. **EBIT** pentru trimestrul al treilea a totalizat 1,837 miliarde de euro (2015: 1,912 miliarde €; -3,9%), rezultatul fiind **o marjă EBIT** în segmentul auto de 8,5% (2015: 9,1%), menținându-se în intervalul prestabilit de 8-10%. Cu un total de 2,030 miliarde de euro, **profitul brut al segmentului** a fost semnificativ mai mare decât cel al anului anterior (1,845 miliarde €; +10,0%).

Veniturile segmentului la finalul **primelor nouă luni** au crescut cu 2,8%, la 63,250 de miliarde de euro (2015: 61,513 miliarde €). **EBIT** a urcat la 5,778 miliarde de euro (2015: 5,525 miliarde €; +4,6%), astfel că **marja EBIT** este de 9,1% (2015: 9,0%). **Profitul brut** a totalizat 6,041 miliarde de euro (2015: 5,323 miliarde €;

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor

Pagina 4

+13,5%), prima dată când depășește pragul de șase miliarde de euro la finalul primelor trei trimestre.

În **al treilea trimestru**, livrările de automobile ale mărcii **BMW** au crescut cu 6,4%, pentru a ajunge la un nou maxim de 493.379 de unități (2015: 463.739) pentru acest interval. Datele echivalente pentru **nouă luni** - 1.479.936 de unități (2015: 1.395.780; +6,0%) - doboară toate recordurile anterioare. Impulsurile au venit din surse diferite, contribuții importante având nava-amiral a BMW Group, **BMW Seria 7**, și modelele BMW X. De-a lungul celor nouă luni, livrările noului BMW Seria 7 au fost mai mari cu 65,8% față de anul anterior, depășind performanțele predecesorilor în faza de lansare. Un imbold suplimentar este așteptat și din partea noului vârf de gamă, BMW M760Li xDrive. Livrările **BMW X1** în cele nouă luni ale anului au urcat cu 82,0%, la 149.670 de unități, în timp ce **BMW X3** a înregistrat o evoluție de 16,5%, la 116.702 unități.

Livrările de modele BMW electrificate continuă să crească - în special în Europa și SUA. Peste 40.000 de automobile **BMW i** și **BMW iPerformance** au fost livrate clienților până la finalul lunii septembrie - iar tendința ascendență urcă vertiginos. Numai în septembrie, vânzările de modele BMW electrificate au depășit plafonul de 7.000 de unități.

Incluzând noul **BMW 740e**, precum și **BMW 330e** și **BMW 225xe Active Tourer** ce au fost lansate în primăvară, BMW Group oferă deja un total de șapte modele care sunt fie cu propulsie integral electrică (precum BMW i3), fie sunt cu sistem hibrid plug-in care combină un motor termic și unul electric. Mai mult, versiunea suplimentară **BMW i3** cu autonomie electrică extinsă semnificativ, care a fost lansată pe piață în iulie, a dus la o creștere notabilă a cererii.

De asemenea, **MINI** și-a mărit datele de vânzări pentru **al treilea trimestru**, cu un total al automobilelor ce au fost livrate la nivel mondial care a crescut cu 10,8%, la 89.179 de unități (2015: 80.488), inclusiv contribuții semnificative de la noile modele

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor
Pagina 5

MINI Clubman și MINI Cabriolet. **Vânzările la nouă luni** au urcat, pentru MINI, cu 7,2%, la 264.077 de unități.

Rolls-Royce Motor Cars a anunțat cele mai bune performanțe din istorie pentru vânzări în trimestrul al treilea, care sunt mai mari cu 12,7% față de anul anterior. Cerere au avut toate modelele Rolls-Royce, în combinație cu interesul semnificativ pentru Dawn, Black Badge Wraith și Black Badge Ghost. Livrările în cele nouă luni din intervalul ianuarie-septembrie au totalizat 2.625 de unități, un plus de 0,8% față de anul trecut. Acest rezultat este în conformitate cu planul inițial, iar marca rămâne optimistă pentru un an bun în 2016.

Tendința ascendentă pe care BMW Group o are în **Europa** a continuat. Livrările au crescut cu 10,4%, la 807.597 de unități, pentru primele nouă luni. Creșteri de peste 10 procente au fost înregistrate în numeroase piețe, inclusiv Marea Britanie (189.712 unități; +10,6%), Franța (62.340; +10,9%) și Italia (59.921; +17,7%).

Livrările de automobile BMW Group în **Asia** au crescut cu 9,1%, la 548.986 de unități, de-a lungul celor nouă luni ale anului, inclusiv vânzările din China continentală, care s-au extins cu 10,7%, la 379.461 de unități. În Japonia, volumul vânzărilor a crescut cu 9,5%, la 55.408 unități.

Numărul de automobile livrate în **America** între ianuarie și septembrie a fost mai mic cu 6,5%, la 338.005 unități, inclusiv 269.884 de unități (-8,7%) livrate clienților din SUA.

Creștere continuă a volumului livrărilor pentru segmentul moto

Segmentul motocicletelor continuă să performeze bine. În intervalul de trei luni dintre **iulie și septembrie**, livrările de motociclete și maxiscutere BMW la nivel mondial au totalizat 35.290 de unități, cu 3,8% mai mari decât anul trecut.

Veniturile segmentului în trimestrul al treilea au urcat la 451 de milioane de euro (2015: 454 milioane €; -0,7%). Câștigurile au fost la același nivel cu cele de anul

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor

Pagina 6

trecut, în principal pe fondul cheltuielilor efectuate în faza de început a diferitelor proiecte legate de implementarea noii strategii a BMW Motorrad. **EBIT** a fost de 32 de milioane de euro (2015: 46 milioane €; -30,4%), în timp ce **profitul brut** a fost tot de 32 de milioane de euro (2015: 45 milioane €; -28,9%).

Segmentul a livrat 116.044 (2015: 112,411) de motociclete și maxiscutere către clienți în primele **nouă luni** ale anului, o creștere de 3,2% în comparație cu anul anterior. Situate la 1,650 miliarde de euro, **veniturile segmentului** au fost similare cu cele ale anului trecut (2015: 1,643 miliarde €; +0,4%). **EBIT** a crescut la 224 de milioane de euro (2015: 273 milioane €; -17,9%), în timp ce **profitul brut** a fost de 223 de milioane de euro (2015: 271 milioane €; -17,7%).

Segmentul Financial Services continuă să performeze bine

Segmentul Financial Services a continuat să se extindă pe parcursul celui de-al treilea trimestru, stabilind încă o dată noi recorduri. În total, 467.702 **contracte noi** (2015: 420.639; +11,2%) au fost semnate în intervalul dintre iulie și septembrie în cadrul afacerii de finanțare și leasing. Numărul de **contracte de finanțare și leasing** existente cu clienții retail și dealerii a crescut la 4.599.674 de contracte la finalul perioadei de raportare (30 septembrie 2015: 4.227.586 contracte; +8,8%). **Veniturile segmentului** au crescut semnificativ la 6,403 miliarde de euro (2015: 5,621 miliarde €), mai mari cu 13,9% față de perioada echivalentă de trei luni a anului trecut. **Profitul brut** a urcat cu 22,9%, la 568 de milioane de euro (2015: 462 milioane €).

În total, 1,341.792 **contracte noi** (2015: 1.222.165) de finanțare și leasing au fost semnate pe parcursul **primelor nouă luni ale anului**, 9,8% mai multe față de perioada corespunzătoare a anului anterior. **Veniturile segmentului** au fost mai mari cu 6,2%, la 18,940 miliarde de euro (2015: 17,833 miliarde €). **Profitul brut** a crescut cu 9,2%, la 1,641 miliarde de euro (2015: 1,517 miliarde €).

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor
Pagina 7

A crescut numărul de angajați

Forța de muncă a BMW Group la 30 septembrie 2016 a crescut cu 3,4% față de anul trecut. BMW Group are un total de 126.013 angajați la nivel mondial, forță de muncă înregistrată la finalul perioadei de raportare (2015: 121.316). BMW Group continuă să-și concentreze eforturile pe recrutarea inginerilor și a altor categorii de muncitori calificați, inclusiv specialiști IT și în software, din dorința de a menține ritmul cu cererea ridicată pentru automobilele BMW Group și pentru a crea inovațiile care vor deveni tehnologiile de mâine.

BMW Group are potențialul de a-și îndeplini obiectivele financiare pentru 2016

BMW Group rămâne încrezător în atingerea obiectivelor sale de prognoză pentru actualul an fiscal - în mare parte datorită mărcilor sale puternice, portofoliului atractiv de produse și speranței că piețele auto internaționale își vor continua tendința generală ascendentă. Acești factori favorabili contrastează cu nivelul ridicat de cheltuieli în avans pentru noi tehnologii, concurența intensă și creșterea costurilor cu personalul. Mediul politic și economic global este de așteptat să se mențină volatil.

BMW Group își reconfirmă obiectivele pentru întregul an. "Prognozăm ușoare creșteri și, prin urmare, noi date-record pentru **volumul vânzărilor și profitul brut ale segmentului auto** în 2016", a declarat Krüger. Prin cele trei mărci premium - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group intenționează cu fermitate să rămână principalul constructor de automobile premium din lume și în 2016.

Veniturile segmentului auto vor crește ușor de-a lungul întregului an pe baza unui volum mai mare al vânzărilor. În 2016, se estimează că **marja EBIT** va rămâne în intervalul propus, între 8 și 10%.

BMW Group estimează că **segmentul moto** își va continua tendința ascendentă și în ultima parte a anului. Noile modele R NineT Scrambler și G 310 R au extins o dată în plus portofoliul de produse și au atras noi grupuri de clienți. O creștere solidă a volumului de vânzări față de anul trecut este prevăzută pentru întregul an.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor

Pagina 8

Performanțele afacerii de succes a **segmentului Financial Services** sunt de așteptat să continue. În ciuda unei creșteri a cererii de capitaluri proprii la nivel mondial, BMW Group estimează o **rentabilitate a capitalurilor proprii (RoE)** pentru întregul an fiscal 2016 la un nivel similar cu anul anterior (2015: 20,2%), astfel că se va menține peste **obiectivul de minimum 18%**.

Previziunile pentru actualul an fiscal se bazează pe ipoteza că, din punct de vedere politic și economic, condițiile nu se vor schimba semnificativ.

* * *

BMW Group - privire de ansamblu	Trimestrul III 2016	Trimestrul III 2015	Evoluție (%)
Volum de vânzări			
Automobile (unități)	583.499	545.062	7,1
Din care:			
BMW (unități)	493.379	463.739	6,4
MINI (unități)	89.179	80.488	10,8
Rolls-Royce (unități)	941	835	12,7
Volum vânzări motociclete (unități)	35.290	33.993	3,8
Forță de muncă¹	126.013	121.316	3,9
Marjă EBIT segment auto (procent)	8,5	9,1	-0,6 puncte %
Venituri (miliarde €)	23,362	22,345	4,6
Din care:			
Automobile (miliarde €)	21,564	20,970	2,8
Motociclete (milioane €)	451	454	-0,7
Financial Services (miliarde €)	6,403	5,621	13,9
Alte entități (milioane €)	1	1	-
Eliminări (miliarde €)	-5,057	-4,701	-7,6
Profit anterior exercițiului financiar (EBIT / miliarde €)	2,380	2,354	1,1
Din care:			
Automobile (miliarde €)	1,837	1,912	-3,9
Motociclete (milioane €)	32	46	-30,4
Financial Services (milioane €)	576	465	23,9
Alte entități (milioane €)	6	5	20,0
Eliminări (milioane €)	-71	-74	4,1

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor

Pagina 9

Profit brut (EBT / miliarde €)	2,575	2,263	13,8
Din care:			
Automobile (miliarde €)	2,030	1,845	10,0
Motociclete (milioane €)	32	45	-28,9
Financial Services (milioane €)	568	462	22,9
Alte entități (milioane €)	40	5	-
Eliminări (milioane €)	-95	-94	-1,1
Impozit pe profit (milioane €)	-754	-684	-10,2
Profit net (miliarde €)	1,821	1,579	15,3
Venituri per acțiune² (€)	2,75/2,75	2,39/2,39	15,1

¹ Datele exclud contractele de muncă latente, angajații în faza de activitate sau non-activitate din angajamentele part-time anterioare prepensionării și cei cu venituri reduse

² Venituri per acțiune ordinară/preferențială

BMW Group - privire de ansamblu	Ianuarie - Septembrie 2016	Ianuarie - Septembrie 2015	Evoluție (%)
Volum de vânzări			
Automobile (unități)	1.746.638	1.644.810	6,2
Din care:			
BMW (unități)	1.479.936	1.395.780	6,0
MINI (unități)	264.077	246.426	7,2
Rolls-Royce (unități)	2.625	2.604	0,8
Volum vânzări motociclete (unități)	116.044	112.411	3,2
Forță de muncă¹	126.013	121.316	3,9
Marjă EBIT segment auto (procent)	9,1	9,0	+0,1 puncte %
Venituri (miliarde €)	69,229	67,197	3,0
Din care:			
Automobile (miliarde €)	63,250	61,513	2,8
Motociclete (miliarde €)	1,650	1,643	0,4
Financial Services (miliarde €)	18,940	17,833	6,2
Alte entități (milioane €)	4	4	-
Eliminări (miliarde €)	-14,615	-13,796	-5,9
Profit anterior exercițiului financiar (EBIT / miliarde €)	7,562	7,400	2,2
Din care:			
Automobile (miliarde €)	5,778	5,525	4,6
Motociclete (milioane €)	224	273	-17,9
Financial Services (miliarde €)	1,696	1,523	11,4
Alte entități (milioane €)	29	139	-79,1

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor

Pagina 10

Eliminări (milioane €)	-165	-60	-
Profit brut (EBT / miliarde €)	7,741	7,114	8,8
Din care:			
Automobile (miliarde €)	6,041	5,323	13,5
Motociclete (milioane €)	223	271	-17,7
Financial Services (miliarde €)	1,641	1,517	8,2
Alte entități (milioane €)	84	126	-33,3
Eliminări (milioane €)	-248	-123	-
Impozit pe profit (miliarde €)	-2,330	-2,270	-2,6
Profit net (miliarde €)	5,411	4,844	11,7
Venituri per acțiune² (€)	8,19/8,20	7,35/7,36	11,4/11,4

¹ Datele exclud contractele de muncă latente, angajații în faza de activitate sau non-activitate din angajamentele part-time anterioare prepensionării și cei cu venituri reduse

² Venituri per acțiune ordinară/preferențială

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România

Alexandru Șeremet

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group

Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 31 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2015, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,247 milioane de automobile și aproape 137.000 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2015 a fost de aproximativ 9,22 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 92,18 miliarde de euro. La 31 decembrie 2015, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 122.244 de angajați.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group combină afacerea principală de succes cu decizii strategice orientate spre viitor
Pagina 11

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

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

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

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.ro

www.presa.mini.ro

www.press.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup-sport.com