

**Comunicat de presă**

8 martie 2019

**BMW Group a livrat peste 171.000 de automobile în februarie**

Noul BMW Seria 3 Sedan a sosit în showroomuri în martie  
Vânzările BMW i3 au crescut cu 20% în primele două luni ale  
anului

Nota: "Sunt încrezător că vom obține ușoară creștere a vânzărilor  
în acest an"

**București/München.** După creșterea vânzărilor din luna ianuarie, cu schimbarea de model a celui mai bine vândut sedan din istoria companiei - BMW Seria 3 - în plină desfășurare, livrările **BMW Group** au scăzut ușor în februarie, totalul de automobile ale mărcilor BMW, MINI și Rolls-Royce ajunse la clienții din lumea întreagă fiind de 171.501 (-4,1%). Livrările pentru acest an au totalizat 341.977 de unități (-1,9%).

"Cu actuala schimbare de model a BMW Seria 3 Sedan, ne-am așteptat ca acest an să aibă un început lent", a comentat Pieter Nota, membru al Consiliului de Administrație BMW AG și responsabil pentru vânzări și brand BMW. "Cu toate acestea, noul Seria 3, care a primit recenzii foarte bune din partea presei, intră în showroomuri chiar acum și are deja o listă de comenzi foarte consistentă. Seria 3, împreună cu modelele noi și interesante pe care le-am prezentat la Geneva în ultima săptămână - inclusiv patru plug-in hibrid noi -, ne vor oferi un impuls major al vânzărilor pe măsură ce vor trece lunile. Rămân încrezător că vom obține o creștere ușoară a vânzărilor în 2019."

Salonul Auto de la Geneva din această săptămână a fost o prezentare a noilor automobile plug-in hibrid ale BMW Group, cu premiere mondiale pentru variantele **electrificate** ale BMW Seria 3, BMW Seria 7, BMW X3 și BMW X5. BMW Seria 5 și Seria 2 Active Tourer vor beneficia de cea de-a patra generație a tehnologiei plug-in hibrid în cursul acestui an. BMW Group este principalul furnizor de automobile plug-in hibrid din lume și, împreună cu modelul electric BMW i3, compania oferă automobile electrificate în fiecare segment de mașini. După mai bine de cinci ani de la lansarea pe piață, BMW i3 rămâne foarte popular în rândul clienților, cu vânzări în primele două luni ale anului mai mari cu 19,8% față de aceeași perioadă a anului

**Comunicat de presă**

Titlu BMW Group a livrat peste 171.000 de automobile în februarie

Pagina 2

trecut. Până la finalul anului următor, BMW Group va lansa 10 modele electrificate noi sau actualizate. Până în 2025, compania intenționează să aibă cel puțin 25 de modele electrificate pe piață, dintre care 12 vor fi integral electrice.

În total, 297.640 (-2,0%) de automobile **BMW** au fost livrate clienților în primele două luni ale anului. Din cauza actualei schimbări de model, vânzările BMW Seria 3 Sedan, care au reprezentat 13% din totalul vânzărilor BMW în 2018, au scăzut cu 13,4% (37.232 de unități) în primele două luni ale acestui an. Noul model va fi complet disponibil în cea de-a doua jumătate a anului.

Vânzările mărcii **MINI** au scăzut ușor în februarie față de aceeași lună din 2018, cu 23.068 (-1,1%) de livrări în a doua lună a anului. În acest an, 43.644 (-1,4%) de automobile MINI au fost livrate clienților de pe mapamond. Recent, presa a testat în premieră noul MINI electric, iar reacțiile au fost pozitive pentru acest automobil foarte așteptat. Cu aceasta și cu lansarea modelului MINI Clubman actualizat în acest an, se anunță vremuri interesante pentru marcă în anul în care își sărbătorește a 60-a aniversare.

**BMW Motorrad** continuă să-și consolideze vânzările, având o creștere de 5,6% (19.675 de unități) în primele două luni ale anului.

**Vânzările BMW & MINI în regiuni/piețe**

Piața auto globală experimentează un start lent în acest an, iar acest lucru este reflectat și de vânzările BMW Group pe mapamond. Compania continuă să-și urmărească strategia de prioritizare a profitabilității în fața volumului și urmărește să obțină o creștere profitabilă susținută în 2019.

**Comunicat de presă**

Titlu BMW Group a livrat peste 171.000 de automobile în februarie

Pagina 3

	<b>În februarie 2019</b>	<b>Comparativ cu anul anterior (%)</b>	<b>În acest an, inclusiv februarie</b>	<b>Comparativ cu anul anterior (%)</b>
<b>Europa</b>	75.273	-3,2	138.982	-2,7
- <b>Germania*</b>	21.141	+0,7	44.174	-3,2
- <b>Marea Britanie</b>	8.297	+4,1	18.701	+4,1
<b>Asia</b>	59.105	-5,1	134.986	+1,2
- <b>China (continentală)</b>	44.582	+0,6	107.717	+8,8
- <b>Japonia</b>	5.558	+5,5	8.584	-3,5
<b>America</b>	32.770	-2,8	59.556	-4,3
- <b>SUA</b>	26.237	-1,3	46.796	-3,6
- <b>America Latină</b>	3.799	-2,8	7.614	-1,9

\*Date provizorii privind înmatriculările

**Vânzările BMW Group în/până în februarie 2019, pe scurt**

	<b>În februarie 2019</b>	<b>Comparativ cu anul anterior (%)</b>	<b>În acest an, inclusiv februarie</b>	<b>Comparativ cu anul anterior (%)</b>
<b>Automobile BMW Group</b>	171.501	-4,1	341.977	-1,9
<b>BMW</b>	148.012	-4,7	297.640	-2,0
<b>MINI</b>	23.068	-1,1	43.644	-1,4
<b>BMW Group electrificate*</b>	7.759	-1,9	14.993	-0,4
<b>BMW Motorrad</b>	11.097	+9,1	19.675	+5,6

\*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

**BMW Group România****Alexandru Șeremet**

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: [alexandru.seremet@bmwgroup.com](mailto:alexandru.seremet@bmwgroup.com)

**Comunicat de presă**

Titlu BMW Group a livrat peste 171.000 de automobile în februarie

Pagina 4

**BMW Group**

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motocicletele și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. Rețeaua de producția a BMW Group cuprinde 30 de facilități de producție și asamblare în 14 țări; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2018, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2.490.000 de automobile și peste 165.000 de motocicletele. În anul fiscal 2017, profitul brut a fost de 10,655 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 98,678 miliarde de euro. La 31 decembrie 2017, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 129.932 de angajați.

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](http://www.bmwgroup.com); [www.bmw.ro](http://www.bmw.ro)

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

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

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

Site-uri de presă:

[press.bmwgroup.com/romania](http://press.bmwgroup.com/romania)