

Comunicat de presă

11 aprilie 2019

Vânzările BMW Group cresc cu 2,8% în martie, împotriva tendinței generale de pe mai multe piețe majore

După primul trimestru, BMW Group este numărul 1 la nivel global în segmentul premium global.

Livrările mărcii BMW au totalizat 221.631 de unități în martie, o creștere de 3,7%.

Toate regiunile majore de vânzări au contribuit la creșterea vânzărilor.

Vânzările din primul trimestru au crescut pentru BMW, Rolls-Royce, BMW Motorrad.

Vânzările BMW i3 au crescut cu 16% pentru cel mai bun prim trimestru din istorie: 9.227 de unități livrate.

Pieter Nota: "Accentul nostru rămâne o creștere durabilă și profitabilă."

București/München. Martie 2019 a fost cea mai bună lună de vânzări din istoria **BMW Group**, cu un total de 263.319 automobile premium BMW, MINI și Rolls-Royce livrate clienților, o creștere de 2,8% față de aceeași lună a anului trecut. De-a lungul primului trimestru al anului, compania a menținut vânzările la nivelul ridicat de anul trecut, cu un total de 605.333 de livrări (+0,1%).

"Anul progresează așa cum ne așteptăm, dată fiind schimbarea actuală de model pentru BMW Seria 3 Sedan și condițiile dificile de pe piața mondială", a declarat **Pieter Nota**, membru al Consiliului de Administrație al BMW AG. De la 1 aprilie 2019, el este responsabil pentru Clienți, Mărci și Vânzări, un rol nou care cuprinde cele trei mărci auto ale companiei, BMW, MINI și Rolls-Royce. "Martie a fost cea mai bună lună din istoria noastră. Pe numeroase piețe semnificative, inclusiv China și SUA, am reușit să creștem vânzările, împotriva tendința pieței. În SUA, BMW a fost cel mai bine vândut brand premium în primul trimestru al anului. A șaptea generație BMW Seria 3 a obținut un start puternic în martie, iar lansarea globală va continua în lunile următoare. Este doar unul din multele modele noi interesante care cred că ne vor sprijini în accentul pe care îl punem pentru a obține o creștere durabilă și profitabilă într-un mediu foarte competitiv."

Comunicat de presă

Titlu

Vânzările BMW Group cresc cu 2,8% în martie, depășind tendința generală de pe mai multe piețe majore

Pagina

2

Vânzările de automobile ale mărcii **BMW** au crescut cu 3,7% în martie, cu un total de 221.631 de livrări către clienții din lumea întreagă pe parcursul lunii. Acest rezultat duce totalul primului trimestru la 519.307 unități (+0,4%). Cum disponibilitatea noului BMW Seria 3 Sedan crește, vânzările bestsellerului companiei au crescut cu 10,8% în martie, la un total de 30.204 de unități vândute pe mapamond. Evoluția pozitivă s-a datorat și familiei de modele BMW X, cu o cerere din partea clienților ce crește de la o lună la alta - X2, X3 și X4 sunt principalii performeri, cu evoluții de peste 10 procente ale livrărilor.

Gama largă de automobile **electrificate** ale BMW Group continuă să fie foarte populare în rândul clienților. Cererea pentru BMW i3 crește continuu, cu vânzări în trimestru mai mari cu 16,2% (9.227). Aceasta face să fie cel mai de succes prim trimestru din istorie pentru automobilul electric inovator ce a fost lansat în 2013. Modelele plug-in hybrid ale companiei sunt și ele foarte solicitate - mai mult de un sfert din toate BMW Seria 2 Active Tourer livrate clienților reprezintă versiuni electrificate, în timp ce aproape 20% din toate MINI Countryman vândute sunt cu tren de rulare plug-in hybrid. Totodată, în Norvegia, una dintre cele mai importante piețe de automobile electrificate din lume, modelele electrice și plug-in hybrid reprezintă aproape trei sferturi din totalul vânzărilor BMW și MINI. Până la finalul anului viitor, BMW Group va introduce 10 modele electrificate noi sau actualizate. Până în 2025, compania planuiește să aibă cel puțin 25 de modele electrificate pe piață, 12 dintre acestea fiind integral electrice.

Vânzările mărcii **MINI** au fost într-o scădere ușoară în martie față de aceeași lună a anului trecut, cu 41.175 de unități (-2,3%) livrate în lună. Pentru anul în curs, 84.820 (-1,8%) de automobile MINI au fost livrate clienților din lume. Salonul Auto de la Shanghai, care începe săptămâna viitoare, aduce premiera mondială a modelului MINI Clubman actualizat, în timp ce continuă pregătirile pentru lansarea în cursul anului viitor a noului MINI electric.

Comunicat de presă

Titlu

Vânzările BMW Group cresc cu 2,8% în martie, depășind tendința generală de pe mai multe piețe majore

Pagina

3

În același timp, la **Rolls-Royce**, după un an 2018 ce a stabilit un nou record pentru istoria de 115 ani a mărcii, creșterea vânzărilor a continuat în primul trimestru din 2019. Un total de 1.206 automobile Rolls-Royce Motor Cars au fost livrate clienților de pe mapamond (+49,4%), creșteri fiind înregistrate în fiecare regiune a globului. Această evoluția s-a datorat cererii susținute pentru toate familiile de modele, Phantom rămânând un vector major de creștere. Cererea excepțională din partea clienților pentru Cullinan a dus o listă de comenzi foarte consistentă, care duce până în trimestrul al patrulea la anului.

Și **BMW Motorrad** a obținut un start bun al anului, cu vânzări în primul trimestru mai mari cu 7,7% (38.606). În martie, 18.931 (+9,9%) de motociclete și maxiscutere premium BMW Motorrad au fost livrate clienților din lumea întreagă.

Vânzările BMW & MINI în regiuni/piețe

În ciuda situației dificile experimentată de industria auto pe mai multe piețe majore, BMW Group a obținut, în martie, o creștere a vânzărilor în toate cele trei regiuni majore de vânzări. Compania a trecut peste tendința din mai multe piețe foarte semnificative, cu vânzări ale mărcii BMW care în SUA și China, de exemplu, au crescut cu 2,9%, respectiv 13,1% în comparație cu aceeași lună a anului anterior. Marca BMW a fost lider al segmentului premium în SUA în acest an, iar joint-venture-ul chinez BBA a înregistrat vânzări consistente în primul trimestru. În ciuda mediului competitiv actual de pe piața globală și a altor situații dificile, ne așteptăm să înregistrăm un impuls tot mai mare în ceea ce privește volumul și mixul pe măsură ce anul progresează. Compania continuă să-și urmeze strategia de prioritizare a profitabilității față de volum.

Comunicat de presă

Titlu

Vânzările BMW Group cresc cu 2,8% în martie, depășind tendința generală de pe mai multe piețe majore

Pagina

4

	În martie 2019	Comparativ cu anul anterior (%)	În acest an, inclusiv martie	Comparativ cu anul anterior (%)
Europa	131.657	+3,1	270.676	---
- Germania*	30.135	-4,4	74.407	-3,5
- Marea Britanie	43.512	+0,7	62.245	+1,7
Asia	81.855	+3,7	216.841	+2,1
- China (continentală)	60.717	+12,5	168.434	+10,1
- Japonia	9.131	-1,6	17.715	-2,5
America	44.258	+1,0	103.814	-2,1
- SUA	35.997	+0,4	82.793	-1,9
- America Latină	4.570	+6,1	12.184	+1,0

*Date provizorii privind înmatriculările

Vânzările BMW Group în/până în martie 2019, pe scurt

	În martie 2019	Comparativ cu anul anterior (%)	În acest an, inclusiv martie	Comparativ cu anul anterior (%)
Automobile BMW Group	263.319	+2,8	605.333	+0,1
BMW	221.631	+3,7	519.307	+0,4
MINI	41.175	-2,3	84.820	-1,8
Rolls-Royce	513	+53,1	1.206	+49,4
BMW Group electrificate*	12.068	+2,1	27.044	+0,7
BMW Motorrad	18.931	+9,9	38.606	+7,7

*BMW i, BMW iPerformance, MINI Electric

Comunicat de presă

Titlu

Vânzările BMW Group cresc cu 2,8% în martie, depășind tendința generală de pe mai multe piețe majore

Pagina

5

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 patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete 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 motociclete. În anul fiscal 2018, profitul brut a fost de 9,815 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 97,480 miliarde de euro. La 31 decembrie 2018, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 134.682 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; www.bmw.roFacebook: <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