

Comunicat de presă

3 august 2022

**Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul
într-un mediu dificil**

- Primul semestru: EBT a BMW Group totalizează 16,2 miliarde de euro (marja EBT: 24,5%)
- Primul semestru: marjă EBIT Auto de 8,5% (excluzând efectele de consolidare legate de BBA: 12,6%)
- Al doilea trimestru: cash flow disponibil de 3 miliarde de euro în segmentul Auto
- Perspective anuale confirmate pentru marja EBIT pe segmentul auto: 7-9%
- Vânzările de automobile electrice mai mari de peste două ori în primul semestru (+110,3%)
- Blocajele persistente de aprovisionare - creșterea solidă a volumului total de vânzări în a doua jumătate a anului
- Zipse: "Grad ridicat de rezistență și flexibilitate"
- NEUE KLASSE definește ceea ce reprezintă BMW Group

București/München. Într-un mediu extrem de volatil, BMW Group și-a menținut cursul în prima jumătate a anului 2022. Cu flexibilitate și competență, compania a întâmpinat provocări, inclusiv întreruperi continue ale lanțului de aprovisionare și blocaje pentru semiconductori și piese specifice furnizorilor.

Puterea și excelența operațională ale BMW Group s-au reflectat în profiturile sale din primele șase luni: în ciuda volatilității, compania a obținut o **marjă EBT de 24,5%** (T2 2022: 11,3%). Reevaluarea acțiunilor deținute anterior în joint-venture-ul chinez BMW Brilliance Automotive Ltd. (BBA) a contribuit la randamentul ridicat. Această reevaluare datorată consolidării complete din 11 februarie a crescut rezultatul financiar cu 7,7 miliarde de euro.

Marja EBIT auto în T2 a fost de **8,2%** (**S1 2022: 8,5%**). În primele două trimestre ale anului, **consolidarea completă** a BBA a diminuat veniturile din segmentul auto. **Excluzând efectele consolidării complete**, BMW Group a

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 2

înregistrat o **marjă EBIT în segmentul auto de 12,0% în T2 (S1 2022: 12,6%)**
- cu mult peste corridorul strategic pe termen lung de 8-10%.

"În special în condiții nefavorabile, BMW Group se caracterizează printr-un grad ridicat de rezistență. Compania recunoaște schimbările din mediul economic într-un stadiu incipient și le contracareză în consecință. Gradul nostru ridicat de flexibilitate și performanță operațională s-au dovedit în repetate rânduri a fi o combinație eficientă pentru a asigura cursul de succes al BMW Group chiar și în perioade agitate. Această putere va fi acum din nou importantă, deoarece vedem că se apropie dificultăți economice în creștere, în plus față de deficitul de aprovisionare în curs", a declarat **directorul executiv BMW AG, Oliver Zipse**, miercuri, la München.

La succesul pe termen lung al BMW Group contribuie spiritul său de pionierat și concentrarea constantă pe inovație. O dovadă viitoare a puterii sale de inovație este generația NEUE KLASSE electrică. Aceasta va fi pe deplin orientată către dezvoltare durabilă și economia circulară, utilizând noi tehnologii și procese de producție începând cu jumătatea deceniului. Produsele electrice ale NEUE KLASSE vor aduce o contribuție semnificativă la volumul vânzărilor BMW Group începând cu jumătatea deceniului și vor accelera și mai mult mobilitatea electrică.

"Produsele emoționale și tehnologia inovatoare sunt și vor rămâne coloana vertebrală a succesului nostru în afaceri. Având o creștere rapidă, gama noastră de automobile electrice cu sistem de operare BMW 8 impresionează deopotrivă clienții și experții - și este deja un vector central al vânzărilor noastre de astăzi", a spus **Zipse**. "Din 2025, vom face următorul mare salt cu

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 3

NEUE KLASSE: NEUE KLASSE definește ceea ce reprezintă BMW Group în viitor. La început, plănuim un sedan compact în segmentul Seria 3 și un SUV sport. Până la sfârșitul deceniului, este de așteptat ca NEUE KLASSE să reprezinte mai mult de jumătate din vânzările noastre."

Livrările de automobile electrice au crescut de peste două ori

În prima jumătate a anului 2022, BMW Group a reușit să-și extindă de peste două ori vânzările de **automobile electrice la 75.890 de unități** (2021: 36.087 automobile/**+110,3%**; **T2 2022: 40.601 unități; +85,2%**). În aceeași perioadă, vânzările de automobile electrificate au crescut semnificativ, urcând cu **20,4%, până la 184.468 unități** (2021: 153.243 automobile; **T2 2022: 94.799 unități; +14,2%**). Ponderea automobilelor electrificate în livrările totale a crescut la **15,9%** (S1 2021: 11,4%).

BMW iX3 (2022: 21.548 automobile; S1 2021: 10.009 automobile) și **MINI Cooper SE** (2022: 18.428 automobile; S1 2021: 13.454 automobile) au rămas cele mai căutate modele electrice, raportând vânzările semnificativ mai mari decât în același trimestru al anului anterior. **69%** dintre aceste automobile complet electrice au fost livrate clienților din Europa. și inovatoarele **BMW iX** și **BMW i4**, care încă urmează să fie lansate pe unele piețe, au fost bine primite și au contribuit la veniturile foarte mari ale BMW Group. O creștere suplimentară a vânzărilor este așteptată în a doua jumătate a anului - în plus de la **BMW i3** electric construit în China, dar și de la **BMW iX1** și sedanul de lux **BMW i7**.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil

Pagina 4

Vânzări mai scăzute din cauza blocajelor de aprovisionare - efect de bază față de anul precedent

Problemele existente privind aprovisionare cu semiconductori și intreruperile lanțului de aprovisionare ca urmare a carantinei cauzate de Covid în China au afectat producția și livrările în primele șase luni. Cu un total de **1.160.094 de automobile**, vânzările BMW Group nu au reușit să atingă maximul istoric al anului precedent (S1 2021: 1.339.047 unități; **-13,4%**; **T2 2022: 563.187 unități; -19,8%** față de T2 2021). Cu toate acestea, compania și-a extins poziția de lider în segmentul premium global.

Venituri semnificativ mai mari ale companiei în primul semestru

În ciuda creșterii negative a vânzărilor, **veniturile** BMW Group au crescut cu **19,1%** în primele șase luni din 2022, până la **65,912 miliarde de euro** (S1 2021: 55,360 miliarde €; **T2 2022: 34.770; +21,6%**). Consolidarea completă a joint venture-ului chinez BBA a fost unul dintre principaliii factori care au contribuit, aducând venituri de aproximativ **11 miliarde de euro**.

Și costul de vânzări ale companiei a crescut semnificativ din același motiv, ajungând la **54,399 miliarde de euro** (S1 2021: 44,109 miliarde €; +23,3%; **T2 2022: 28,780 miliarde €**; T2 2021: 22,521 miliarde €; **+27,8%**).

Veniturile brute ale grupului au totalizat **16,156 miliarde de euro** după șase luni (S1 2021: 9.736 milioane €; **+65,9%**), un nou record istoric. Acestea includ un deficit de 7,7 miliarde de euro din reevaluarea acțiunilor BBA deținute anterior la valoarea justă de piață.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 5

În al doilea trimestru (T2 2022: 3,929 miliarde €; T2 2021: 5,979 miliarde €; -34,3%), EBT a companiei a fost mai scăzută decât în aceeași perioadă a anului trecut. Pe de o parte, aceasta reflectă câștigul unic de un miliard de euro în al doilea trimestru al anului 2021 din anularea parțială a provizionului pentru procedurile antitrust ale UE. Pe de altă parte, dificultățile din consolidarea completă a BBA în al doilea trimestru al acestui an au afectat EBT a companiei cu aproximativ 1,1 miliarde de euro.

Marja EBT a BMW Group pentru primele şase luni a fost de **24,5%** (S1 2021: 17,6%; **T2 2022: 11,3%**; T2 2021: 20,9%).

Profitul net al grupului s-a ridicat la 13,232 miliarde de euro (S1 2021: 7,623 miliarde €; **+73,6%**; **T2 2022: 3,047 miliarde €**; T2 2021: 4,790 miliarde €; **-36,4%**).

Costurile de cercetare și dezvoltare ale companiei (IFRS) pentru primul semestru au totalizat **3,128 miliarde de euro** (S1 2021: 2,737 miliarde €; **+14,3%**; **T2 2022: 1,560 miliarde €**; T2 2021: 1,304 miliarde €/**+19,6%**) și, prin urmare, au fost semnificativ mai mari decât în anul precedent. Cheltuielile s-au concentrat în principal pe modele noi, precum și pe electrificarea și digitalizarea suplimentară a portofoliului. S-au făcut și investiții inițiale pentru NEUE KLASSE și condus autonom.

Rata de cercetare și dezvoltare (HGB) de **4,5%** (S1 2021: 4,6%; **T2 2022: 4,5%**; T2 2021: 4,5%) a fost la egalitate cu cea din anul precedent. Raportul de cercetare și dezvoltare pentru întregul an este de așteptat să se încadreze în intervalul-țintă de 5-5,5%.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil

Pagina 6

Cheltuielile de capital ale companiei au fost la un nivel semnificativ mai ridicat în primele şase luni, la **2,929 miliarde de euro** (S1 2021: 1,709 miliarde €; +71,4%; **T2 2022: 1,831 miliarde €**; T2 2021: 950 milioane €; **+92,7%**). Creşterea se datorează în primul rând cheltuielilor inițiale pentru intensificarea mobilității electrice și investițiilor la BBA. **Rata de investiții** a fost de **4,4%** la sfârșitul primului semestru.

"Investitorii noștri știu că BMW Group are puterea financiară de a investi astăzi în succesul de mâine. Conducem compania prin transformarea actuală cu previziune strategică. O poziționăm în aşa fel încât să putem valorifica capacitatele și competența de inovație ale angajaților noștri pentru a juca un rol de lider în mobilitatea durabilă astăzi și în viitor", a declarat **Nicolas Peter, membru al Consiliului de Administrație, responsabil pentru finanțe**.

Consolidarea integrală afectează datele financiare pentru segmentul auto

Principalele date financiare pentru segmentul auto arată efecte semnificative ale consolidării complete a BBA în perioada de raportare. Veniturile segmentului au crescut semnificativ la **56,741 miliarde de euro** (S1 2021: 47,745 miliarde €/+18,8%; **T2 2022: 30,015 miliarde €**; T2 2021: 24,982 miliarde €; **+20,1%**).

Ca și până acum, BMW Group a continuat să beneficieze de **efectele pozitive ale prețurilor și ale mixului de produse și de creșterea activității sale postvânzare**. Veniturile au fost crescute și de efectele conversiei valutare. În special, situația pozitivă de pe piețele de mașini second-hand din SUA, Marea

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil

Pagina 7

Britanie și Germania a condus la creșterea veniturilor din vânzarea de automobile aflate la finalul contractului de leasing.

Costul vânzărilor pe segment a crescut la **48,093 miliarde de euro** (S1 2021: 39,060 miliarde €/+23,1%; **T2 2022: 25.464 miliarde €**; 2021: 20,344 miliarde €/**+25,2%**), costul vânzărilor BBA fiind un factor de contribuție major pentru această creștere. În plus, **dificultățile de la consolidarea integrală**, cum ar fi deprecierea și amortizarea din alocarea prețului de achiziție și eliminarea profiturilor între companii, au totalizat **aproximativ 2,3 miliarde de euro**.

Creșterea prețurilor la materiile prime și la energie, precum și cheltuielile datorate prețurilor mai mari și costurilor de cercetare și dezvoltare, au crescut și costurile vânzărilor. Si procentul în creștere de automobile electrificate în acest an a crescut costurile față de 2021.

Veniturile înainte de rezultatul financiar (EBIT) au totalizat **4,830 miliarde de euro** pentru perioada de raportare (S1 2021: 6,189 miliarde €/-22,0%; **T2 2022: 2,463 miliarde €**; T2 2021: 3,953 miliarde €; **-37,7%**). **Marja EBIT** pentru segmentul **auto** a fost de **8,5%** (S1 2021: 13,0%; **T2 2022: 8,2%**; T2 2021: 15,8%). Excluzând dificultățile din consolidarea integrală a BBA, marja EBIT de segment a fost de **12,6%** pentru semestru și de **12,0%** pentru perioada de trei luni.

Rezultatul financiar al segmentului a totalizat **8,116 miliarde de euro** (S1 2021: 1,337 miliarde €; **T2 2022: 63 milioane €**; T2 2021: 797 milioane €). Aceasta include deficitul de la reevaluarea în februarie a acțiunilor BBA deținute anterior, la care se face referire deja. **Rezultatul la capitaluri proprii**, din 11 februarie fără a mai include veniturile BBA, a fost de **137 milioane de**

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 8

euro și, prin urmare, a fost semnificativ mai mic (S1 2021: 975 milioane €; - 85,9%; **T2 2022: -123 milioane €**; T2 2021: 546 milioane €).

Datorită efectelor descrise mai sus, **veniturile brute ale segmentului (EBT)** pentru primele șase luni ale anului 2022 s-au ridicat la **12,946 milioane de euro** (S1 2021: 7,526 miliarde €; **T2 2022: 2,526 miliarde €**; T2 2021: 4,750 miliarde €; **-46,8%**).

Cash flow disponibil în segmentul **auto** a atins **7,770 miliarde de euro** pentru perioada de raportare (S1 2021: 4,902 miliarde €; **T2 2022: 2,954 miliarde €**; T2 2021: 2,380 miliarde €). **Achiziția fondurilor lichide ale BBA**, minus prețul de cumpărare transferat în februarie, a contribuit cu 5,011 miliarde de euro la această sumă. Având în vedere cererea puternică de automobile electrice, BMW Group își va crește investițiile în mobilitate electrică din a doua jumătate a anului. În plus, compania se așteaptă la o scădere ușoară a livrărilor pentru întregul an. Acest lucru va fi doar parțial compensat de efectele pozitive ale prețului și mixului și de dezvoltarea piețelor de mașini second-hand. În consecință, acum va viza un **cash flow disponibil** în segmentul **auto** pentru întregul an de cel puțin **10 miliarde de euro**.

Venituri ușor mai mari pentru segmentul de Financial Services

Segmentul Financial Services a gestionat un total de **5.411.274 de contracte de finanțare și leasing cu clienți retail** la sfârșitul celui de-al doilea trimestru (31 decembrie 2021: 5.577.011/-3,0%). Disponibilitatea limitată de mașini noi - combinată cu concurența intensă în sectorul serviciilor financiare - s-a reflectat și în numărul de noi contracte. În prima jumătate a anului 2022, au fost încheiate în total **815.448 contracte noi** de finanțare și leasing cu clienți

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 9

retail (S1 2021: 1.029.345; **-20,8%**; **T2 2022: 382.019**; T2 2021: 540.279; **-29,3%**).

Datorită mixului de produse de înaltă calitate, volumul de finanțare per automobil a crescut, compensând parțial reducerea noilor contracte. **Volumul noilor afaceri din toate contractele de finanțare și leasing** cu clienții retail s-a ridicat la **28,442 miliarde de euro** (S1 2021: 32,445 miliarde €) și, prin urmare, a fost cu doar 12,3% mai mic decât în aceeași perioadă a anului trecut. Veniturile mari din revânzarea automobilelor aflate la final de leasing, în special în SUA și Europa, împreună cu efectele pozitive ale conversiei valutare, au adus beneficii atât pentru veniturile din segment, cât și pentru veniturile totale.

Cu o creștere de **2,3%**, **venitul brut** (EBT) din **segmentul Financial Services** a crescut ușor, până la **1,981 miliarde de euro** (S1 2021: 1,936 miliarde €; **T2 2022: 974 milioane €**; T2 2021: 1,149 miliarde €; **-15,2%**).

Procentul de automobile noi ale BMW Group închiriate sau finanțate de segmentul Financial Services a fost de **44,4%** la sfârșitul celui de-al doilea trimestru (2021: 50,2%/-5,8 puncte procentuale).

Segmentul moto își mărește livrările și veniturile

În prima jumătate a anului, **volumul vânzărilor** în segmentul moto a rămas la același nivel ridicat ca în anul precedent puternic. Un total de **107.555 de motociclete și scutere BMW** au fost livrate clienților. (S1 2021: 107.610 unități; **-0,1%**; **T2 2022: 60.152 unități**; T2 2021: 65.018 unități; **-7,5%**).

Veniturile au crescut ușor, la **1,663 miliarde de euro** (S1 2021: 1,621 miliarde €; **+2,6%**; **T2 2022: 864 milioane €**; T2 2021: 868 milioane €; **-0,5%**).

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 10

Veniturile anterior rezultatului finanțier (EBIT) din segment au totalizat **235 milioane de euro (S1 2021: 284 milioane €; -17,3%; **T2 2022: 127 milioane €**; T2 2021: 149 milioane €; **-14,8%**), cu o marjă EBIT de **14,1%** (T1 2021: 17,5%; **T2 2022: 14,7%**; T2 2021: 17,2%).**

Perspective - volatilitatea ridicată se așteaptă să continue

Din punct de vedere al condițiilor de afaceri, BMW Group se așteaptă ca acestea să rămână dificile în a doua jumătate a anului. Blocajele existente în aprovisionare, în special pentru semiconductori, războiul din Ucraina și întreruperile lanțurilor de aprovisionare au dus la o scădere a livrărilor pe segmentul auto în prima jumătate a anului. Deși compania se așteaptă ca volumele vânzărilor din a doua jumătate a anului să fie mult mai mari decât în aceeași perioadă a anului precedent, acest lucru nu va compensa pe deplin volumul pierdut în primul semestru din 2022. În consecință, livrările pentru întregul an sunt de așteptat să fie ușor sub cele ale anului precedent.

Procentul de automobile electrificate ar trebui să crească în continuare semnificativ, iar vânzările de automobile electrice sunt de așteptat să se mărească de peste două ori.

Emisiile de CO₂ din flota de mașini noi din UE este de așteptat să poată fi ușor reduse. Creșterea semnificativă a ponderii automobilelor electrificate în livrările totale ale BMW Group este decisivă în acest sens.

Ca și până acum, compania anticipează **venituri brute semnificativ mai mari ale grupului**, datorită consolidării complete a BBA.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 11

În **segmentul auto, marja EBIT** este prognozată a fi în intervalul 7-9%, ca și până acum. Scăderea preconizată a livrărilor ar trebui să fie parțial compensată de efectele pozitive ale prețului și mixului și de dezvoltarea continuă bună a piețelor de mașini second-hand. Se așteaptă, de asemenea, că RoCE (rentabilitatea capitalului angajat) în industria auto va rămâne în intervalul 14-19%.

O ușoară creștere a livrărilor este proiectată pentru întregul an pentru **segmentul moto**. Marja EBIT este de așteptat să fie în intervalul-țintă de 8-10%, iar RoCE a segmentului într-un corridor de 19-24%.

Pe **segmentul Financial Services**, performanța constantă bună de pe piețele de mașini second-hand a condus la un rezultat de segment în creștere. În consecință, **rentabilitatea capitalului propriu** (RoE) este de așteptat să fie acum în **intervalul 17-20%** (anterior: 14-17%). Pe baza evaluărilor curente, segmentul Financial Services a recunoscut niveluri adecvate de provizioane/rezerve pentru a acoperi valoarea reziduală și riscurile de credit. Țintele prezentate mai sus sunt destinate a fi atinse cu un număr semnificativ mai mare de angajați, rezultat din consolidarea completă a BBA. Proporția femeilor în funcții de conducere în BMW Group ar trebui să crească ușor, indiferent de consolidarea completă.

Inflația și creșterea ratelor dobânzilor din prezent vor continua să modeleze mediul macroeconomic în următoarele luni și să influențeze cererea. În consecință, lista de comenzi peste medie - în special în Europa - este de așteptat să se normalizeze spre sfârșitul anului.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil

Pagina 12

Înăsprirea suplimentară semnificativă a sancțiunilor împotriva Rusiei sau măsurile reactive din partea Rusiei, intreruperea furnizării de gaze care afectează propriile fabrici și locațiile furnizorilor, precum și posibilitatea extinderii conflictului în afara Ucrainei și carantina existentă și extinsă suplimentar nu sunt luate în considerare în această analiză.

Performanța reală de afaceri a BMW Group poate dифери de așteptările actuale, având în vedere numeroasele incertitudini și riscurile și oportunitățile existente.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 13

BMW Group - privire de ansamblu T2/2022	Trimestrul II 2022	Trimestrul II 2021	Evoluție (%)
Livrări către clienti			
Automobile¹ (unități)	563.187	702.441	-19,8
Din care:			
BMW (unități)	496.432	617.667	-19,6
MINI (unități)	65.188	83.165	-21,6
Rolls-Royce (unități)	1.567	1.609	-2,6
Motociclete (unități)	60.152	65.018	-7,5
Angajați (la 31 decembrie 2021)	118.909		
Marjă EBIT segment auto (%)	8,2	15,8	-48,1
Marjă EBIT segment moto (%)	14,7	17,2	-14,5
Marjă EBT² (%)	11,3	20,9	-45,9
Venituri (miliarde €)	34,770	28,582	21,6
Din care:			
Automobile (miliarde €)	30,015	24,983	20,1
Motociclete (milioane €)	864	868	-0,5
Financial Services (miliarde €)	8,765	8,200	6,9
Alte entități (milioane €)	2	1	-
Eliminări (miliarde €)	-4,876	-5,470	-10,9
Profit anterior exercițiului finanțiar (EBIT) (miliarde €)	3,426	5,005	-31,5
Din care:			
Automobile (miliarde €)	2,463	3,953	-37,7
Motociclete (milioane €)	127	149	-14,8
Financial Services (milioane €)	982	1.128	-12,9
Alte entități (milioane €)	-142	1	-
Eliminări (milioane €)	-4	-226	-98,2
Profit brut (EBT) (miliarde €)	3,929	5,979	-34,3
Din care:			
Automobile (miliarde €)	2,526	4,750	-46,8
Motociclete (milioane €)	128	149	-14,1
Financial Services (milioane €)	974	1.149	-15,2
Alte entități (milioane €)	277	124	-
Eliminări (milioane €)	24	-193	-
Impozit pe profit (milioane €)	-882	-1.189	-25,8
Profit net (miliarde €)	3,047	4,790	-36,4
Venituri per acțiune (ordinară/preferențială)³ (€)	4,30/4,31	7,23/7,24	-40,5/-40,5

¹ Livrările includ și joint-venture-ul BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.

² Raportul dintre veniturile companiei înainte de impozite și veniturile BMW Group.

³ Acțiuni ordinare/preferențiale. Câștigul per acțiune din acțiunile preferențiale se calculează prin distribuirea câștigurilor necesare pentru a acoperi dividendul suplimentar de 0,02 euro per acțiune preferențială, proporțional, pe trimestrul exercițiului finanțiar corespunzător.

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 14

BMW Group - privire de ansamblu S1/2022	Semestrul I 2022	Semestrul I 2021	Evoluție (%)
Livrări către clienti			
Automobile¹ (unități)	1.160.094	1.339.047	-13,4
Din care: BMW (unități)	1.016.228	1.178.210	-13,7
MINI (unități)	140.675	157.848	-10,9
Rolls-Royce (unități)	3.191	2.989	6,8
Motociclete (unități)	107.555	107.610	-0,1
Angajați (la 31 decembrie 2021)	118.909		
Marjă EBIT segment auto (%)	8,5	13,0	-34,6
Marjă EBIT segment moto (%)	14,1	17,5	-19,4
Marjă EBT² (%)	24,5	17,6	39,2
Venituri (miliarde €)	65,912	55,360	19,1
Din care: Automobile (miliarde €)	56,741	47,745	18,8
Motociclete (miliarde €)	1,663	1,621	2,6
Financial Services (miliarde €)	17,251	16,106	7,1
Alte entități (milioane €)	3	2	50,0
Eliminări (miliarde €)	-9,746	-10,114	-3,6
Profit anterior exercițiului finanțiar (EBIT) (miliarde €)	6,817	8,030	-15,1
Din care: Automobile (miliarde €)	4,830	6,189	-22,0
Motociclete (milioane €)	235	284	-17,3
Financial Services (miliarde €)	1,948	1,895	2,8
Alte entități (milioane €)	-174	-5	-
Eliminări (milioane €)	-22	-333	-93,4
Profit brut (EBT) (miliarde €)	16,156	9,736	65,9
Din care: Automobile (miliarde €)	12,946	7,526	72,0
Motociclete (milioane €)	237	284	-16,5
Financial Services (miliarde €)	1,981	1,936	2,3
Alte entități (milioane €)	962	265	-
Eliminări (milioane €)	30	-275	-
Impozit pe profit (miliarde €)	-2,924	-2,113	38,4
Profit net (miliarde €)	13,232	7,623	73,6
Venituri per acțiune (ordinară/preferențială)³ (€)	19,63/19,64	11,49/11,50	70,8/70,8

¹ Livrările includ și joint-venture-ul BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.

² Raportul dintre veniturile companiei înainte de impozite și veniturile BMW Group.

³ Acțiuni ordinare/preferențiale. Câștigul per acțiune din acțiunile preferențiale se calculează prin distribuirea câștigurilor necesare pentru a acoperi dividendul suplimentar de 0,02 euro per acțiune preferențială, proporțional, pe trimestrul exercițiului finanțiar corespunzător.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 15

GLOSAR - explicarea principaliilor indici de performanță**Livrări către clienți**

Un automobil nou sau folosit va fi înregistrat ca livrare odată ce este înmânat utilizatorului final (include și clienții de leasing din contracte de leasing cu BMW Financial Services). În SUA și Canada, utilizatorii finali includ și (1) dealerii atunci când desemnează un automobil ca înlocuitor de service sau mașină demo și (2) dealerii și alte trete părți când cumpără un automobil de companie la licitație sau direct de la BMW Group. Livrările pot fi făcute de BMW AG, de una dintre subsidiarele sale internaționale, un dealer BMW Group sau dealeri terți independenți. Marea majoritate a livrărilor - și, prin urmare, raportarea livrărilor către BMW Group - este făcută de dealeri terți independenți. Livrările retail de automobile în timpul unei anumite perioade de raportare nu se coreleză direct cu veniturile pe care BMW Group le recunoaște pentru acea perioadă de raportare anume.

EBIT

Profit anterior exercițiului financiar. Profitul anterior exercițiului financiar cuprinde veniturile, mai puțin costurile de vânzări, cheltuielile de vânzări și administrative și valoarea netă a altor venituri și cheltuieli operaționale.

Marja EBIT

Profit/pierdere anterior exercițiului financiar ca procent din venituri.

EBT

EBIT plus rezultatul financiar.

Comunicat de presă

Titlu Primul semestru profitabil - BMW Group își menține cursul într-un mediu dificil
Pagina 16

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 producție a BMW Group cuprinde 31 de facilități de producție și asamblare în 15 țări; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2021, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2,5 milioane de automobile și peste 194.000 de motociclete. În anul fiscal 2021, profitul brut a fost de 16,1 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 111,2 miliarde de euro. La 31 decembrie 2021, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 118.909 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Compania stabilește traseul pentru viitor încă dintr-o fază incipientă și în mod constant face ca dezvoltarea sustenabilă și gestiunea eficientă a resurselor să fie o piesă centrală a direcției sale strategice, de la lanțul de aprovisionare, trecând prin producție, până la finalul fazei de utilizare a tuturor produselor sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

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

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

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

Instagram: <http://www.instagram.com/bmwromania>

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

Site de presă: press.bmwgroup.com/romania