



Comunicato Stampa N. 188/06

San Donato Milanese, 8 novembre 2006

Le vendite del BMW Group continuano a crescere in ottobre

Le consegne del marchio BMW aumentano del 2,4%.

La nuova generazione della MINI debutta il 18 novembre

Nel mese di ottobre, il BMW Group ha fatto un ulteriore passo avanti verso un nuovo record di vendite nel 2006. Complessivamente, le immatricolazioni di automobili dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce sono cresciute leggermente dello 0,2% su base mensile a 108.881 unità (anno precedente: 108.634). Da gennaio a ottobre, il BMW Group, con 1.130.439 unità vendute, ha consegnato ai clienti 33.325 automobili in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (1.097.114/+3,0%).

Per il solo marchio BMW, il numero di automobili consegnate è cresciuto del 2,4% a 94.983 unità (anno precedente: 92.753). Ciò significa che le vendite per i primi dieci mesi dell'anno hanno raggiunto le 969.213 unità (anno prec.: 921.350), pari ad un aumento del 5,2%. Il successo del marchio è dovuto sia alle serie di modelli più affermate (le BMW Serie 3, 5 e 7) sia ai modelli lanciati per la prima volta negli ultimi anni. Esempi di questi ultimi sono la BMW Serie 1, la BMW Serie 6 e la BMW X3. Con un totale di 645.169 veicoli venduti delle Serie 3, 5 e 7, queste rappresentano il 66,6%, ossia esattamente due terzi del totale venduto del marchio BMW nei primi dieci mesi del 2006. Il maggior incremento è stato fatto registrare dalla Serie 3, con un aumento delle vendite del 18,5%, pari a 416.489 unità vendute (anno prec.: 351.502). Le vendite di automobili della Serie 7 hanno raggiunto la cifra di 41.227 unità, cioè il 6,9% in più rispetto all'anno precedente (38.573). La Serie 5, con 187.453 unità consegnate, ha fatto registrare un aumento dell'1,3% (185.002). La BMW è perciò riuscita ad aumentare ulteriormente le vendite delle sue gamme principali (3, 5 e 7) nonostante il continuo allargamento della sua offerta di prodotto. Il lancio sul mercato della seconda generazione di un'altra BMW di successo, la X5, si sta per concretizzare. Sarà consegnata ai clienti negli Stati Uniti ed in Canada dal 24 novembre in poi.

Società
BMW Italia S.p.A.

Società del
BMW Group

Sede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)

Telefono
02-51610111

Telefax
02-51610222

Internet
www.bmw.it
www.mini.it

Capitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.
MI 1403223

N. Reg. Impr.
MI 187982/1998

Codice fiscale
01934110154

Partita IVA
IT 12532500159

Soltanto una settimana prima, il 18 novembre, la nuova generazione di MINI sarà lanciata sul mercato a partire dall'Europa. Si tratta di un'ulteriore pietra miliare nella storia della più riuscita auto compatta del segmento premium a livello mondiale. La produzione della nuova MINI nello stabilimento di Oxford, ampliato a questo scopo, procede già a pieno ritmo. Le vendite dell'attuale generazione di MINI sono diminuite a 13.821 unità, consegnate poco prima dell'inizio della produzione del nuovo modello (anno prec.: 15.810/-12,6%).

Nonostante i lavori di costruzione per aumentare la capacità e per preparare la produzione della nuova generazione di MINI, le vendite nei primi dieci mesi del 2006 hanno raggiunto le 160.674 unità, soltanto l'8,3% in meno rispetto allo stesso periodo del 2005 (175.229). L'aumentata capacità produttiva permetterà alla MINI di raggiungere nel 2007 un livello di vendite superiore al record del 2005 di oltre 200.000 unità (200.428).

La Rolls-Royce ha aumentato il numero di Phantom consegnate ad ottobre del 2006 dell'8,5% a 77 automobili (anno prec.: 71). Per i primi dieci mesi, sono state consegnate ai clienti 552 unità di questo modello, l'auto di lusso più riuscita in assoluto. Ciò rappresenta un aumento del 3,2% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (535).

BMW Group

Italia

Corporate Communications

Le vendite della Divisione Moto nel mese di ottobre hanno raggiunto le 6.926 unità, ben al di sopra del livello dell'anno precedente (5.697/+21,6%). Per i primi dieci mesi dell'anno, è stato quasi uguagliato il livello del 2005 (86.525), con 86.259 moto vendute (-0,3%).

Continua la crescita del BMW Group Italia. BMW auto e BMW Motorrad: +6,6% nei 10 mesi

BMW Group Italia continua la sua crescita anche nel 2006. Nei primi dieci mesi la filiale italiana della Casa di Monaco ha raggiunto quota 79.302 unità, con un incremento del 2% circa rispetto all'anno scorso. In particolare continua a essere brillante la performance del marchio BMW che nel cumulato da inizio anno ha raggiunto le 62.720 unità in crescita del 6,6% rispetto all'anno precedente. Per quanto riguarda il marchio MINI, il 13 settembre 2006, a distanza di cinque anni esatti dal lancio, è stata consegnata a Monza la centomillesima vettura venduta in Italia, mentre l'entrata sul mercato della nuova MINI è in programma il 18 novembre 2006. La Divisione Moto nei primi dieci mesi è cresciuta del 6,6% a 12.967 unità, un dato già superiore all'intero 2005.

Riassunto delle vendite del BMW Group In ottobre 2006 e nei primi dieci mesi 2006

	Ottobre 06	Var. anno prec.	Gen-Ott 2006	2006 vs. 2005
BMW Group Auto	108.881	+0,2%	1.130.439	+3,0%
BMW	94.983	+2,4%	969.213	+5,2%
MINI	13.821	-12,6%	160.674	-8,3%
Rolls-Royce	77	+8,5%	552	+3,2%
BMW Moto	6.926	+21,6%	86.259	-0,3%

Per ulteriori informazioni contattare:

Roberto Olivi
Corporate Communications Manager BMW Group Italia
Telefono: 02.51610.294 Fax 02.51610.0294
E-mail: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com