



Comunicato stampa N. 002/10

San Donato Milanese, 11 gennaio 2010

Le vendite del BMW Group crescono del 10,1% a dicembre

Il calo delle vendite nel 2009 inferiore al previsto.

Il BMW Group sempre leader mondiale tra i costruttori di auto premium.

Robertson: puntiamo ad una crescita delle vendite nel 2010.

Monaco/Detroit. Nel mese di dicembre, le vendite del BMW Group hanno continuato a seguire un trend di crescita, con un aumento del 10,1%. Un totale di 123.751 auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce sono state vendute in tutto il mondo durante il mese in esame (anno precedente: 112,423). Alla luce del permanere della crisi economica globale, l'azienda non è stata in grado, come previsto, di uguagliare nel 2009 gli ottimi risultati di vendita dell'anno precedente. Tuttavia, la diminuzione del 10,4% è stata inferiore del previsto e, in fin dei conti, relativamente moderata. Nel corso del 2009, il BMW Group ha venduto un totale di 1.286.310 veicoli in tutto il mondo (anno prec.: 1.435.876). Di conseguenza, l'azienda è stata in grado di accrescere ancora una volta la sua quota di mercato nel segmento premium e di mantenere la sua posizione di leader mondiale come produttore di auto premium.

Ian Robertson, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG responsabile per le vendite e per il marketing, ha così commentato: "Siamo riusciti a rimanere il costruttore di auto premium leader mondiale nel 2009. Nonostante le condizioni economiche difficili, abbiamo guadagnato terreno fin dal mese di aprile; da settembre le vendite sono state di nuovo in crescita. Abbiamo finito il quarto trimestre con volumi superiori del 7,7%. Il calo delle vendite nel 2009 è risultato essere inferiore a quanto ci aspettassimo". Ha poi aggiunto: "Iniziamo il nuovo anno con un senso di ottimismo, anche se risentiamo ancora gli effetti della crisi economica globale. Puntiamo ad una crescita dall'1% al 9% nel 2010. Il gran numero di nuovi modelli BMW e MINI giocheranno un ruolo importante a tal fine". La nuova BMW Serie 5, che sarà lanciata a marzo, sarà uno dei più importanti modelli nuovi per il BMW Group nel 2010. Il cambio di modello avrà luogo nei primi due mesi dell'anno.

Il BMW Group ha fatto registrare una forte crescita per l'intero anno 2009 nei mercati emergenti, come Cina (90.536/+37,5%), Brasile (6.398/+118,8%) e India (3.619/+24,4%). Secondo Robertson: "Siamo stati in grado di ottenere nuovi record di vendita in tutti e tre questi mercati nel 2009. E intendiamo ottenere ulteriori guadagni nel 2010". La Germania è stato il più grande singolo mercato per le automobili BMW e MINI nel 2009: 258.012 veicoli sono stati consegnati ai clienti (anno prec.: 284.786/-9,4%). Con 33.517 consegne nel 2009, il marchio MINI ha fatto registrare l'anno di maggiore successo in Germania fin dal suo lancio. Nel mercato statunitense, il BMW Group ha riportato nel 2009 vendite inferiori – come è avvenuto per il comparto nel suo insieme. Le vendite sono diminuite l'anno scorso del 20,3% (241.727/anno prec. 303.190). Nonostante ciò, Robertson è stato cautamente ottimista per quanto riguarda il prossimo anno negli Stati Uniti: "Vi sono

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

stati molti segni incoraggianti negli ultimi mesi. A dicembre, le vendite sono aumentate del 9,2%. Miriamo a crescere di nuovo in questo paese nel 2010". BMW è stato ancora una volta il marchio europeo premium di maggiore successo negli Stati Uniti nel 2009, con 196.502 veicoli venduti.

Nel mese di dicembre, sono state consegnate 105.049 BMW (anno prec.: 97.256), pari all'8,0% in più rispetto allo stesso mese del 2008. In tutto il 2009, BMW ha venduto 1.068.770 automobili in tutto il mondo (anno prec.: 1.202.239/-11,1%), confermando per il marchio un forte vantaggio rispetto ai suoi concorrenti nel segmento premium. Nel 2009, guadagni sono stati ottenuti, tra gli altri, dai modelli della BMW Serie 7 (52.680/+35,7%), dalla BMW X6 (41.667/+56,8%) e dalla Z4 (22.759/+26,4%). Nel suo importantissimo mercato di casa, la BMW Serie 7 (7.439/+74,8%), nonché la BMW X5 (10.933/-31,9%) e l'X6 (4.940/+51,0%) sono state chiaramente leader dei rispettivi segmenti. I nuovi modelli BMW X1 e Serie 5 GT, introdotti l'ottobre scorso, sono anch'essi partiti bene sui mercati: un totale di 8.499 BMW X1 e 3.052 BMW Serie 5 GT sono già state consegnate ai clienti in tutto il mondo.

Anche il marchio MINI ha fatto registrare una forte crescita del 22,2% nel mese di dicembre, con 18.335 auto MINI vendute nel mese in esame (anno prec.: 15.010). Per tutto il 2009, sono state consegnate un totale di 216.538 automobili (anno prec.: 232.425/-6,8%).

La Rolls-Royce durante il 2009 ha venduto 1.002 automobili, comprese le prime 150 Ghost consegnate ai clienti nel mese di dicembre. Ian Robertson ha dichiarato: "La richiesta per il modello Ghost è stata eccezionale. L'ultima Rolls-Royce è stata accolta con favore universale dai clienti, dai media e dagli appassionati". Circa l'85% dei clienti Ghost sono nuovi per il marchio. La Rolls-Royce resta leader del mercato nel segmento ultra lusso.

BMW Motorrad ha venduto 5.360 moto nel mese di dicembre (anno prec.: 7.457/-28,1%). In una difficile situazione di mercato, non è stato possibile eguagliare nel 2009 gli elevati volumi di vendita fatti registrare nell'anno precedente. Infatti, nel corso dell'anno nel suo insieme, sono state vendute ai clienti 87.306 moto BMW (anno prec.: 101.685/-14,1%).

BMW Group Italia cresce nel mese di dicembre del 21%. La Divisione BMW Motorrad cresce del 4,2%

BMW Group Italia ha immatricolato a dicembre 7.598 veicoli dei marchi BMW e MINI (BMW 5.871, MINI 1.658) segnando +21% rispetto al pari periodo dell'anno precedente, confermando una ripresa delle vendite. Complessivamente nel 2009 sono state vendute 72.860 vetture (55.316 BMW e 17.544 MINI) con una flessione del 16% rispetto all'anno precedente. Nel mese di dicembre con 540 unità immatricolate BMW Motorrad è cresciuta del + 4,2%, rispetto al pari periodo del 2008. Nel 2009 sono state immatricolate in totale 13.207 unità migliorando la propria quota di mercato che a fine anno è del 12,1% (+ 1 pp vs anno 2008) e con una market share superiore al 14% nel mercato oltre i 500 cc.

Vendite BMW Group a dicembre 2009

	Dicembre 2009	Var. anno prec.	Gen.-Dic. 2009	Var. Gen.- Dic. 2008
BMW Group Automobili	123.751	+10,1%	1.286.310	-10,4%
BMW	105.049	+8,0%	1.068.770	-11,1%
MINI	18.335	+22,2%	216.538	-6,8%
Rolls-Royce	367	+133,8%	1.002	-17,3%
BMW Motorrad	5.360	-28,1%	87.306	-14,1%



Il BMW Group è uno dei costruttori di automobili e moto di maggiore successo nel mondo con i suoi marchi BMW, MINI e Rolls-Royce. Come azienda globale, il BMW Group opera in 24 stabilimenti di produzione in 13 paesi ed ha una rete di vendite in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto un volume globale di vendite di oltre 1,43 milioni di automobili e più di 101.000 moto per l'esercizio 2008. Il fatturato per il 2008 è stato di 53,2 miliardi di euro, con guadagni lordi (EBIT) di 921 milioni di euro. L'azienda ha impegnato una forza lavoro globale di circa 98.000 dipendenti al 30 settembre 2009.

Il successo del BMW Group è sempre stato il frutto di una strategia lungimirante e di un comportamento responsabile. L'azienda ha quindi adottato una sostenibilità ecologica e sociale lungo tutta la sua catena di valori, una responsabilità complessiva per quanto riguarda i prodotti ed un chiaro impegno inteso a salvaguardare le risorse come parte integrante della sua strategia. Come risultato dei suoi sforzi, il BMW Group è stato classificato leader del settore negli Indici di Sostenibilità Dow Jones negli ultimi cinque anni.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
BMW Group Italia
Corporate Communications Manager
Tel. 02 51610294 – Fax 02 516100294
Email: Roberto.Olivi@bmw.it

Website: www.press.bmwgroup.com