



Comunicato stampa N. 035/10

San Donato Milanese, 17 marzo 2010

Il BMW Group prevede un forte aumento dei profitti del Gruppo

Un progresso evidente nel 2010 verso l'obiettivo degli utili nel 2012. Si punta ad una crescita dei volumi di vendita

Monaco. Il BMW Group mira ad un significativo miglioramento dei profitti per il corrente anno. "Entriamo nel nuovo esercizio con cauto ottimismo e puntiamo ad utili a livello di gruppo ben al di sopra di quelli fatti registrare l'anno scorso. Vogliamo vedere un chiaro progresso nel 2010 verso gli obiettivi di redditività per il 2012", ha dichiarato Norbert Reithofer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, mercoledì a Monaco in occasione della Conferenza Stampa Annuale di Bilancio. Per l'anno 2012, il BMW Group punta ad un margine EBIT per la Divisione Auto che, come obiettivo invariato, si aggira tra l'otto ed il dieci per cento.

Le divisioni Auto, Moto e Servizi Finanziari sono tutte ben posizionate per migliorare i profitti nel 2010. Si prevede un margine EBIT per la Divisione Auto tra l'uno ed il quattro per cento.

Attrattivi nuovi prodotti e l'attesa, anche se graduale, ripresa economica in tutto il mondo contribuiranno ad una crescita nei volumi di vendita del BMW Group nel 2010. "Intendiamo rimanere il costruttore di auto premium leader mondiale nel 2010 – ha aggiunto Reithofer – e pensiamo di aumentare le vendite in maniera consistente, superando gli 1,3 milioni di veicoli".

Uno dei più importanti sviluppi della gamma nel 2010 è rappresentato dalla nuova BMW Serie 5, che sarà lanciata a fine marzo, dando così un'ulteriore spinta già dall'inizio del secondo trimestre. La BMW Serie 5 inciderà per quasi un quinto delle vendite del marchio BMW. E i nuovi modelli BMW X1 e BMW Serie 5 Gran Turismo – entrambi lanciati con grande successo alla fine del 2009 – avranno anch'essi un impatto positivo sulle vendite del 2010. La MINI Countryman sarà introdotta sui mercati nel corso di quest'anno. Le BMW Serie 3 Coupé, Cabrio e la BMW X5 sono tutte state aggiornate.

Il BMW Group ha fatto registrare profitti lordi per 413 milioni di euro nel 2009

Il BMW Group ha fatto registrare utili per l'esercizio 2009 come previsto, nonostante la perdurante crisi economica e finanziaria mondiale. "Abbiamo risposto con successo alle sfide posteci nel 2009 in un mercato mondiale molto difficile – ha continuato Reithofer. Siamo stati in grado di ridurre i costi in ogni settore. Le nostre misure di miglioramento dell'efficienza hanno portato i loro frutti, anche se si risentiva ancora degli effetti della crisi economica e finanziaria mondiale".

Il profitto lordo del Gruppo è cresciuto del 17,7% a 413 milioni di euro (2008: 351 milioni). Il profitto netto è ammontato a 210 milioni di euro (2008: 330 milioni/-36,4%) a causa del maggiore tasso effettivo delle imposte. Il fatturato è diminuito del 4,7% a 50.681 milioni di euro (2008: 53.197 milioni).

Su proposta del Consiglio di Amministrazione e del Consiglio di Sorveglianza, il dividendo rimarrà immutato rispetto all'anno precedente ad euro 0,30 per azione ordinaria e ad euro 0,32 per azione privilegiata. "Proponiamo un dividendo per il 2009 – ha fatto notare Reithofer – nonostante il difficile clima economico, dimostrando la fiducia che abbiamo nella nostra forza operativa".

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

La Divisione Auto fa registrare un EBIT di 93 milioni di euro per il quarto trimestre

I profitti della Divisione Auto sono scesi fortemente nel 2009 a causa dei ridotti volumi di vendita derivanti dalla debolezza delle economie di tutto il mondo. Tuttavia, grazie ai miglioramenti nell'efficienza e a condizioni di mercato più stabili verso la fine dell'anno, la Divisione Auto è stata in grado di generare profitti per 93 milioni di euro prima del risultato finanziario (EBIT). Per l'anno nel suo insieme, la divisione ha fatto registrare un EBIT negativo di 265 milioni di euro (2008: EBIT positivo di 690 milioni di euro) ed una perdita lorda di 588 milioni di euro (2008: profitto lordo di 318 milioni). Il fatturato è sceso a 43.737 milioni di euro (2008: 48.782 milioni).

Complessivamente, nel 2009 il BMW Group ha venduto 1.286.310 veicoli dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce (2008: 1.435.876 unità/-10,4%). Questa performance ha permesso al BMW Group di aumentare la sua quota di mercato nel segmento premium e, come precedentemente annunciato, di mantenere la sua posizione di costruttore di auto premium leader mondiale.

Un totale di 1.068.770 auto del marchio BMW (2008: 1.202.239 unità/-11,1%) sono state vendute nel 2009, ponendo ancora una volta il marchio BMW in buon vantaggio rispetto ai relativi concorrenti nel segmento premium. Forti aumenti delle vendite sono stati conseguiti dalla BMW Serie 7 (52.680 unità/+35,7%), dalla BMW X6 (41.667 unità/+56,8%) e dalla BMW Z4 (22.761 unità/+26,4%). In Germania, sia la Serie 7 (7.439 unità/+74,8%) sia le BMW X5 (10.933 unità/-31,9%) e X6 (4.940 unità/+51,0%) hanno terminato l'anno come leader indiscusse dei propri segmenti. Dal lancio negli ultimi giorni di ottobre 2009 e fino alla fine dell'anno, sono state vendute 8.499 unità della BMW X1 e 3.052 unità della Serie 5 Gran Turismo in tutto il mondo.

Il marchio MINI ha venduto 216.538 unità in tutto il mondo nel 2009 (2008: 232.425/-6,8%). Il mix di modelli è rimasto ad un buon livello: più della metà dei clienti del marchio (53,6%) hanno optato per la MINI Cooper, mentre il 26,2% ha scelto la MINI Cooper S ed il 20,2% la MINI One.

La Rolls-Royce ha venduto 1.002 automobili (2008: 1.212 unità/-17,3%) nel corso dell'anno, rimanendo quindi il chiaro leader del mercato nel segmento ultra-lusso. La nuova Rolls-Royce Ghost ha esordito bene, con 167 unità consegnate ai clienti nel mese di dicembre 2009.

Il BMW Group è cresciuto fortemente nel 2009 nei mercati emergenti di Cina (90.536 unità/+37,5%), Brasile (6.398 unità/+118,8%) ed India (3.619 unità/+24,4%), ottenendo nuovi record di vendita in tutti e tre i mercati. "Intendiamo far crescere le nostre vendite ancora quest'anno in Cina, Brasile ed India", ha dichiarato Reithofer. Quello tedesco è stato il più grande singolo mercato per l'azienda nel 2009 per le auto dei marchi BMW e MINI, con un totale di 258.012 unità vendute (2008: 284.786 unità/-9,4%). Con 33.517 auto consegnate ai clienti in Germania, il marchio MINI ha fatto registrare l'anno di maggiore successo finora nel Paese. Il BMW Group intende far aumentare le vendite sul mercato tedesco anche nel 2010 e, quindi, far lievitare la propria quota di mercato nel segmento premium.

Negli USA, nel corso dello scorso anno il BMW Group ha venduto 241.727 veicoli (2008: 303.190 unità/-20,3%). Il marchio BMW, con 196.502 unità vendute, è rimasto il marchio di auto premium europeo più performante negli Stati Uniti. Il BMW Group prevede che nel corso di quest'anno le vendite sul mercato statunitense aumenteranno.

Il flusso di cassa libero aggiustato della Divisione Auto a circa 1,5 miliardi di euro

Il flusso di cassa operativo nell'esercizio passato è aumentato del 10,1% a 4.921 milioni di euro (2008: 4.471 milioni). Il flusso di cassa libero aggiustato della Divisione Auto per il 2009 è stato di circa 1,5 miliardi di euro. La cifra aggiustata è stata di 2,2 miliardi di euro: 1,6 miliardi di euro relativi alla esternalizzazione di una ulteriore tranche delle obbligazioni pensionistiche tedesche del Gruppo e circa 600 milioni utilizzati per acquistare titoli negoziabili a breve termine. Lo spostamento verso titoli negoziabili come riserva di liquidità è stato deciso per ottenere un ritorno più favorevole. Su base non aggiustata, nel 2009 il flusso di cassa libero della Divisione Auto è stato negativo per 754 milioni di euro.

EBIT di 19 milioni di euro per la Divisione Moto nel 2009

La performance della Divisione Moto nel 2009 è stata anch'essa influenzata negativamente dalle difficili condizioni economiche. L'EBIT è sceso a 19 milioni di euro (2008: 60 milioni). Il fatturato della divisione ha totalizzato 1.069 milioni di euro (2008: 1.230 milioni). Con 87.306 unità vendute in tutto il mondo (2008: 101.685 unità/- 14,1%), BMW Motorrad ha fatto registrare un leggero calo nei volumi di vendita rispetto al mercato nel suo insieme.

Forte incremento nei profitti della Divisione Servizi Finanziari

I profitti della Divisione Servizi Finanziari sono cresciuti considerevolmente nel 2009, dopo un significativo appesantimento l'anno precedente dovuto ad ulteriori spese per proteggersi contro i rischi relativi ai valori residui e ai crediti. L'EBIT è aumentato a 355 milioni di euro (2008: EBIT negativo di 216 milioni) ed il risultato lordo si è trasformato da una perdita di 292 milioni di euro nel 2008 ad un profitto di 365 milioni nel 2009. Il fatturato della divisione ha totalizzato 15.798 milioni di euro (2008: 15.725 milioni). L'aumento del rapporto di perdita creditizia allo 0,84% (2008: 0,59%) è stato in linea con le aspettative.

Il fatturato derivante da nuovi contratti con i clienti al dettaglio è diminuito del 15,8% a 24.709 milioni. La proporzione di nuove auto dei marchi BMW e MINI finanziate dalla Divisione Servizi Finanziari è ammontata al 49,0%, 0,5 punti percentuali in più rispetto all'anno precedente.

La riduzione degli investimenti riflette l'utilizzo ottimizzato del capitale

Gli investimenti sono stati ridotti nel 2009 a 3.471 milioni di euro (2008: 4.204 milioni) grazie all'utilizzo ottimizzato del capitale, come l'utilizzo prolungato di strutture di produzione esistenti e la ridotta complessità della diversificazione delle automobili. Oltre ad investimenti sostanziosi per il futuro, il principale obiettivo è stato concentrato sugli investimenti di prodotto per la BMW Serie 5, per la Serie 5 Gran Turismo, per la X1, per la MINI Cabrio e per la Rolls-Royce Ghost.

Un totale di 2.384 milioni di euro (2008: 2.980 milioni) è stato investito in proprietà, stabilimenti, attrezzature ed altri beni immateriali. Inoltre abbiamo sostenuto costi di sviluppo capitalizzati per 1.087 milioni di euro (2008: 1.224 milioni). Il rapporto investimenti/fatturato per il 2009 è stato pari al 6,8% (2008: 7,9%) e quindi rientra nei limiti stabiliti di meno del sette per cento in base alla Strategia Number ONE.

Forza lavoro di circa 96.000 dipendenti alla fine del 2009

La forza lavoro del BMW Group è diminuita nel corso dello scorso anno come risultato di un insieme di fattori: pensionamenti per raggiunti limiti di età, pre-pensionamenti, accordi di lavoro part-time e cessazione volontaria. La forza lavoro del BMW Group comprendeva alla fine dell'anno in tutto il mondo 96.230 dipendenti (31 dicembre 2008: 100.041/-3,8%). Il numero di apprendisti è rimasto elevato, precisamente 3.915 rispetto ai 4.102 dell'anno precedente.

BMW Group Italia Comunicazione e P.R.

Il Gruppo BMW in cifre

		2009	2008	Variazione in %
Produzione di veicoli				
Automobili		1.258.417	1.439.918	-12,6
Dei quali:				
BMW	Unità	1.043.829	1.203.482	-13,3
MINI	Unità	213.670	235.019	-9,1
Rolls-Royce	Unità	918	1.417	-35,2
Motociclette	Unità	82.631	104.220	-20,7
Consegne ai clienti				
Automobili		1.286.310	1.435.876	-10,4
Dei quali:				
BMW	Unità	1.068.770	1.202.239	-11,1
MINI	Unità	216.538	232.425	-6,8
Rolls-Royce	Unità	1.002	1.212	-17,3
Motociclette	Unità	87.306	101.685	-14,1
Forza lavoro a fine anno¹		96.230	100.041	-3,8
Capitale investito	mil. Euro	3.471	4.204	-17,4
Fatturato	mil. Euro	50.681	53.197	-4,7
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	43.737	48.782	-10,3
Motociclette	mil. Euro	1.069	1.230	-13,1
Servizi Finanziari	mil. Euro	15.798	15.725	0,5
Flusso di cassa operativo²	mil. Euro	4.921	4.471	10,1
EBIT	mil. Euro	289	921	-68,6
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	-265	690	-
Motociclette	mil. Euro	19	60	-
Servizi Finanziari	mil. Euro	355	-216	-68,3
Utile prima delle tasse	mil. Euro	413	351	17,7
Imposte sul reddito		-203	-21	-
Utile netto	mil. Euro	210	330	-36,4
Guadagni per azione³	Euro	0,31/0,33	0,49/0,51	-
Dividendo per azione ordinaria/ Azione privilegiata		0,30/0,32	0,30/0,32	-

¹ I dati non comprendono i contratti a termine, i dipendenti part-time in fase di pre-pensionamento e i lavoratori a basso reddito.

² Divisione Auto

³ Utile azione secondo lo standard IAS 33 per azione ordinaria/privilegiata.

BMW Group

Italia

Comunicazione e P.R.

BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 24 stabilimenti di produzione dislocati in 13 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2009 un volume di vendita di oltre 1,29 milioni di automobili e 87.000 motociclette. I profitti lordi per il 2009 sono stati di 413 milioni di Euro, il fatturato è stato di 50,68 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2009 era di circa 96.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi cinque anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

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