

BMW Group

Corporate Communications

Intervento del

Dr. Norbert Reithofer

Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG

Conferenza Stampa Annuale di Bilancio

Monaco, 17 marzo 2010

- fa fede la parola parlata -

Rolls-Royce
Motor Cars Limited



Signore e signori,

Come potete vedere qui, stiamo creando il futuro. E siamo sulla strada di una crescita redditizia.

- In linea con la nostra strategia Number ONE, abbiamo portato avanti il riassetto strutturale dell'azienda durante la crisi economica del 2009.
- Abbiamo affinato il nostro profilo come azienda sostenibile.
- Abbiamo lanciato attraenti nuovi modelli.
- Abbiamo investito: nei nostri siti, in nuove tecnologie di propulsione ed in progetti futuri.
- Abbiamo tagliato i costi in maniera significativa. Oggi, siamo un'azienda più che mai snella e potente.
- Abbiamo creato un linguaggio di design nuovo ed emozionante per le nostre auto.
- Il nostro pacchetto tecnologico, EfficientDynamics, è il migliore del settore, unendo massime prestazioni a consumi minimi.

Tutti questi punti dimostrano che abbiamo affrontato la crisi economica come se fosse un'opportunità e ne abbiamo approfittato.

Nel 2007 abbiamo messo in moto la nostra strategia Number ONE con una chiara visione: nel 2020, saremo il fornitore leader di prodotti e servizi premium per la mobilità individuale.

Un'importante pietra miliare su questa strada sarà il raggiungimento degli obiettivi di redditività per il 2012. Nell'attuale esercizio, faremo un passo rilevante verso questa scadenza:

- Intendiamo far registrare profitti di gruppo significativamente superiori ai livelli del 2009.
- Prevediamo una crescita consistente con la vendita di oltre 1,3 milioni di automobili.

Oggi vorrei mettere in risalto i seguenti punti:

- 1) Cosa abbiamo fatto per avere successo nel 2009?
- 2) Perché il BMW Group è sulla buona strada verso una crescita futura?

Quando ci siamo incontrati qui l'anno scorso, vi ho detto che il 2009 sarebbe stato un anno di transizione con due priorità: a breve termine gestire la crisi e a lungo termine investire nel nostro futuro successo.

Oggi i nostri costi fissi sono più bassi rispetto al 2005. Siamo anche riusciti a tagliare in maniera cospicua i costi delle materie prime, grazie alla nostra capacità di aumentare le efficienze determinanti nei nostri processi. Questi cambiamenti sono stati attuati in collaborazione con i nostri fornitori e con i nostri partner.

Abbiamo sempre fatto del miglioramento continuo della qualità una nostra priorità. Dal nostro punto di vista, la qualità rappresenta un aspetto chiave di come vediamo i clienti. Come costruttore di auto premium, cerchiamo costantemente di migliorare i nostri standard.

Nonostante la crisi economica, abbiamo continuato ad investire nel nostro futuro. In primo luogo, abbiamo investito in nuove tecnologie come i motori ibridi ed elettrici, nonché in EfficientDynamics, settore in cui siamo riusciti ad allungare ulteriormente il nostro vantaggio. Abbiamo anche investito nei nostri stabilimenti produttivi:

- Negli anni 2009 e 2010, gli investimenti nei nostri stabilimenti in Germania arrivano a superare il miliardo di euro.
- Dal 2008 al 2010, gli investimenti nello stabilimento di Spartanburg ammontano a circa 750 milioni di dollari statunitensi.
- I mercati in crescita saranno sempre di più quelli orientali. Uno dei nostri principi commerciali ci insegna che la produzione segue il mercato. Nel novembre del 2009 abbiamo annunciato il nostro forte impegno a favore della Cina come luogo di produzione. Intendiamo ampliare le nostre capacità a Shenyang da poco più di 41.000 a 100.000 unità. Insieme al nostro partner, vi investiremo un totale di quasi 600 milioni di euro. Di conseguenza, a lungo termine saremo in grado di produrre fino a 300.000 auto nello stabilimento di Shenyang. Nei soli mesi di gennaio e febbraio 2010, abbiamo raddoppiato i volumi delle nostre vendite in Cina rispetto all'anno scorso. La concentrazione sui clienti rappresenta il cuore dei principi base del BMW Group. I proprietari cinesi di BMW girano in genere con l'autista. E' per questo motivo che, già da

quest'anno, presenteremo una versione allungata della nuova BMW Serie 5 sviluppata esclusivamente per il mercato cinese.

Abbiamo fatto le cose giuste per condurre l'azienda in un anno denso di sfide. Conoscete già i dati principali:

- Nel 2009 abbiamo fatto registrare profitti lordi di gruppo per 413 milioni di euro, il 17,7% in più rispetto all'anno precedente.
- Tutto sommato, abbiamo venduto quasi 1,29 milioni di automobili. E si dovrebbe notare che gli incentivi nazionali, come il programma di rottamazione in Germania, hanno avuto un effetto soltanto marginale sulle vendite.
- Abbiamo mantenuto la nostra posizione come costruttore leader mondiale di auto premium e abbiamo ulteriormente aumentato la nostra quota di mercato in quel segmento.
- I volumi delle nostre vendite sono aumentati in maniera significativa a gennaio e febbraio del 2010. A causa di diversi cambi di modelli, le vendite durante il mese di marzo saranno inferiori a quelle dei mesi che lo precedono.
- Qualche commento a proposito di BMW Motorrad:
Nel 2009 abbiamo consegnato un totale di 87.300 moto BMW ai clienti, il 14% in meno rispetto al 2008. Le cifre attuali indicano un andamento delle vendite in salita – con un aumento di quasi il 25 per cento rispetto a febbraio 2009.

I nostri azionisti ed investitori ci sono rimasti leali, nonostante la situazione difficile e volatile, e crediamo che gli azionisti dovrebbero condividere la performance dell'azienda. In occasione dell'Assemblea Generale Annuale, Il Consiglio di Amministrazione ed il Consiglio di Sorveglianza proporranno un dividendo pari a quello del 2008.

L'andamento positivo delle azioni ordinarie BMW, scambiate a fine anno ad un livello del 47 per cento superiore rispetto all'inizio del 2009, dimostra la fiducia del mercato azionario nel futuro dell'azienda. Nel 2009 abbiamo dimostrato ancora una volta che l'azione BMW rappresenta un buon investimento a lungo termine.

Passando al secondo punto:

Perché il BMW Group si trova sulla buona strada per il successo futuro?

Quest'anno stiamo davvero accelerando quando si tratta di nuovi prodotti. Da ottobre 2009 a dicembre 2010 abbiamo lanciato e lanceremo 17 nuovi modelli o aggiornamenti per BMW, MINI e Rolls-Royce:

- Sono state aggiornate la BMW Serie 3 Coupé e la Serie 3 Cabrio, nonché la BMW X5.
- A partire da questa primavera, i clienti potranno acquistare la BMW più rispettosa dell'ambiente: la BMW 320d EfficientDynamics Edition. Questa auto consuma soltanto 4,1 litri di carburante ogni 100 km ed emette appena 109 grammi di CO₂ al chilometro. Inoltre, è una vettura veramente atletica, in quanto sviluppa 163 cavalli. Nessun altro costruttore di auto premium è in grado di offrire ai clienti tali prestazioni con emissioni così limitate, senza compromettere il piacere di guida.
- La Countryman, che uscirà a settembre, rappresenterà l'ultimo membro della famiglia MINI e la prima MINI a trazione integrale.
- E, con la Ghost, Rolls-Royce creerà nuovi segmenti per attirare i clienti.

La nuova BMW Serie 5 berlina rappresenta l'inizio di una nuova era per il BMW Group.

La Serie 5 non rappresenta soltanto una forte spinta d'immagine, ma contribuisce anche in maniera consistente alle vendite ed al fatturato del Gruppo. E' con questo nuovo modello che siamo stati in grado di sfruttare tutte le nuove efficienze nei nostri processi produttivi e nel sistema modulare.

La nuova 520d è un capolavoro tecnologico. Il suo motore quattro cilindri richiede soltanto 5 litri di gasolio per percorrere 100 chilometri ed emette soltanto 132 grammi di CO₂ per chilometro. Allo stesso tempo, offre le tipiche prestazioni BMW con 184 cavalli. Tutto questo rende la 520d la berlina di lusso più efficiente del mondo.

L'anno prossimo, la Serie 5 sarà disponibile anche come modello ibrido. Per coloro che preferiscono non aspettare, già dal mese di aprile di quest'anno si potranno comprare i primi modelli ibridi BMW: la BMW ActiveHybrid X6 e la BMW ActiveHybrid Serie 7. Queste vetture

rappresentano la tecnologia all'avanguardia ActiveHybrid BMW. In futuro, selezioneremo la soluzione ibrida ottimale per ogni modello da un sistema modulare.

Sviluppare le innovazioni rappresenta parte del nostro DNA e questo non cambierà. La nostra forza innovativa ci aiuta a sfruttare nuovi potenziali di crescita per l'azienda. Continuamente presentiamo nuove offerte ai nostri clienti.

Due esempi:

- Quando lanciammo la BMW X5 circa dieci anni fa, era il primo SAV premium. A conferma del suo successo, nel 2009 sia l'X5 sia l'X6 hanno superato tutti i concorrenti messi insieme in termini di volumi di vendita.
- Con la MINI abbiamo stabilito con successo un marchio premium nel segmento delle auto piccole.

La MINI non è una versione in miniatura di altre serie di modelli. La MINI è e rimarrà originale – con un aspetto caratteristico, una tradizione esclusiva ed oltre 1,5 milioni di appassionati in tutto il mondo.

In futuro alimenteremo la crescita sia nei segmenti di modelli di grandi dimensioni sia in quelli compatti e sub-compatti. Lanceremo ulteriori modelli e versioni MINI e BMW – anche nel segmento delle auto piccole. Questo segmento fa prevedere un'ulteriore crescita e ci avvantaggeremo di questa opportunità. Stiamo sondando la possibilità di sviluppare un'architettura congiunta per sistemi a trazione anteriore e a quattro ruote motrici di queste vetture. In altre parole, vi saranno in futuro BMW a trazione anteriore nei segmenti delle auto piccole. Sappiamo tutti che la struttura dei costi nel segmento delle piccole è diversa da quella delle vetture più grandi. Intendiamo crescere con profitto anche in questo segmento.

Infatti, c'è un elemento che vale per l'intera catena di processo: applicheremo sempre di più kit di fabbricazione modulare ai vari modelli e marchi. Questo approccio ci permette di tagliare ulteriormente i costi, senza compromettere la massima qualità.

Signore e signori,

“Premium” viene anche definito in termini di sostenibilità. Per come la vediamo noi, la definizione si articola su tre fattori: quello economico, quello ecologico e quello sociale.

Senza il successo finanziario, non siamo in grado di investire in tecnologie amiche dell'ambiente. I nostri prodotti devono essere redditizi per far sì che possiamo creare nuove tecnologie come la e-mobility.

Attualmente alcuni clienti stanno provando per noi la MINI E. Alcuni mi hanno detto che vorrebbero tenere la loro MINI E. Il nostro rapporto annuale comprende in verità una sezione sui clienti e sulle loro esperienze con la MINI E. BMW proseguirà su questo cammino nel 2011 con una flotta in prova presso i clienti basata sullo studio “BMW Concept ActiveE”. Questa flotta di prova sarà costruita nello stabilimento di Lipsia.

Grazie ad EfficientDynamics siamo giunti a risultati molto più avanzati rispetto ai nostri concorrenti. In altre parole: EfficientDynamics rappresenta il vero piacere di guidare di seconda generazione. Le emissioni medie della nostra flotta europea di auto nuove sono di appena 150 grammi per chilometro, abbinate a consumi di carburante di 5,9 litri/100 km. Ancora più sorprendenti sono le prestazioni offerte da queste auto dalle basse emissioni: 125 kW/170 CV.

Inoltre, intendiamo ridurre ulteriormente le emissioni di CO2 della nostra flotta mondiale di almeno il 25 per cento tra il 2008 ed il 2020.

Tuttavia, la nostra responsabilità ecologica come costruttore automobilistico viene rispettata soltanto se manteniamo anche un sistema di produzione sostenibile. Il 2009 ha segnato il quinto anno consecutivo in cui il BMW Group è stato nominato costruttore automobilistico più sostenibile del mondo dall'Indice di Sostenibilità Dow Jones.

Nella nobile arte delle regate, il team “BMW ORACLE Racing” ha vinto il più vecchio trofeo sportivo del mondo – l'America's Cup.

Siamo anche attivi nei Giochi Olimpici:

- BMW sarà partner automobilistico dei Giochi Olimpici estivi del 2012 a Londra. Grazie ad EfficientDynamics e al nostro approccio al riguardo, il Sustainability Club ha scelto il BMW Group come fornitore di flotta per i prossimi giochi di Londra.
- Come sostenitori nazionali, siamo anche attivi nell'appoggiare le città di Monaco e di Garmisch-Partenkirchen nel loro tentativo di farsi assegnare i Giochi invernali 2018. Come azienda sostenibile, il BMW Group vuole fare la sua parte per rendere i giochi sostenibili.

BMW continuerà a rappresentare un marchio ispirato dallo sport. Noi del Gruppo continuiamo ad offrire le massime prestazioni, ad affrontare nuove sfide e ad affinare il nostro vantaggio competitivo.

Il concetto di “premium” costituisce un obbligo speciale per assumere responsabilità come buon cittadino aziendale.

- Nel 2009 abbiamo assunto un totale di quasi 300 nuovi dipendenti in tutto il mondo.
- Più di 1.000 giovani hanno iniziato il loro apprendistato con BMW AG.
- Quest'anno recluteremo circa 500 laureati, principalmente esperti nelle nuove tecnologie come quella ibrida o l'e-mobility, nonché esperti nei settori delle vendite e dei servizi finanziari.
- Abbiamo allestito un programma indirizzato ai dirigenti juniores per assicurarci una scorta futura di manager di talento. Il programma si concentra soprattutto sulle esperienze internazionali, sulle competenze nella leadership sociale e sulla buona comprensione di aspetti economici e sociali.
- Allo stesso tempo, diamo sostegno ai teenager che non sono riusciti a trovare un posto nell'apprendistato. Il BMW Group offre a questi giovani un addestramento propedeutico alla preparazione specifica.
- Un aspetto importante della nostra strategia Number ONE sta nella definizione del nostro approccio alla leadership. Sono convinto che la leadership eccezionale rappresenta il fattore decisivo che distingue una buona azienda da una grande azienda. In poche parole, oggi, noi del BMW Group facciamo parte di un team di management più forte e più concentrato.

Signore e signori,

Quest'anno dovremo vedere una ripresa della crescita in mercati chiave come quello statunitense e quello cinese. Tuttavia, gli effetti della crisi perdureranno e continueranno a definire la nostra attività per parecchio tempo. Sebbene la concorrenza rimarrà agguerrita, noi del BMW Group siamo tutti motivati e pronti ad affrontare la sfida.

Abbiamo due priorità per il 2010: la redditività e plasmare il nostro futuro.

Ecco un esempio perfetto: la BMW Vision EfficientDynamics:

- Questa rappresenta il piacere di guida da 3,76 litri/100 km e 356 CV.
- E' una combinazione sofisticata di diversi sistemi di propulsione.
- E' un design orientato al futuro e può essere realizzato soltanto da BMW.

E, potete esserne sicuri: il nostro Megacity Vehicle sarà anch'esso affascinante.

Questa auto innovativa sarà costruita nel nostro stabilimento di Lipsia, il nostro futuro Centro per la produzione di E-Mobility. Anche due località bavaresi sono coinvolte in questo progetto:

- A Wackersdorf si realizzerà la fibra di carbonio in joint venture con il SGL Group.
- La fibra di carbonio sarà quindi inviata allo stabilimento di Landshut per essere trasformata in parti CFK – da fibra di carbonio rinforzata – per il Megacity Vehicle.

Consideriamo la fibra di carbonio un materiale all'avanguardia per l'industria automobilistica. I nostri sforzi renderanno possibile la mobilità sostenibile nei contesti urbani. In linea con la nostra filosofia aziendale, l'energia richiesta per la produzione di fibra di carbonio sarà di fonte idroelettrica. Attualmente stiamo cercando una località adatta in Nord America per insediare il nostro stabilimento in joint venture.

Crediamo che l'impronta globale di un'azienda ed i suoi principi etici giocheranno un ruolo sempre più importante nel modo in cui si conducono gli affari. Agire ora in maniera sostenibile pagherà in futuro. Il BMW Group è chiaramente all'avanguardia.

Ai primi di marzo, il BMW Group è stato classificato dalla rivista "Fortune" come azienda automobilistica più ammirata del mondo. Questo riconoscimento ci è stato conferito perché siamo non soltanto il costruttore leader di auto premium in termini di volumi di vendita, ma anche perché abbiamo gestito le nostre risorse con efficienza e abbiamo ridotto significativamente le emissioni della nostra flotta in un periodo di tempo molto breve.

Potete esserne certi: abbiamo davanti un percorso molto chiaro.

Rimarremo un'azienda indipendente che assume un approccio a lungo termine e che agisce nel migliore interesse di tutte le parti interessate. Quest'anno segna la svolta verso la redditività a lungo termine e rimaniamo concentrati sul raggiungimento degli obiettivi per il 2012.

Vi ringrazio.