



Comunicato stampa N. 085/09

San Donato Milanese, 5 maggio 2010

BMW Group: forte crescita degli utili

Utile lordo per il 1° trimestre pari a 508 milioni di euro
Incremento dell'EBIT della Divisione Auto a 291 milioni di euro
Prevista un'ulteriore crescita dinamica degli utili
Reithofer: atteso un forte incremento degli utili nel 2010
Obiettivo di crescita delle vendite a una cifra percentuale

Monaco. Rispetto allo scorso anno, il fatturato, i volumi di vendita e gli utili di BMW Group relativi al primo trimestre hanno registrato un notevole miglioramento. Il fatturato del Gruppo è aumentato dell'8,1% a 12.443 milioni di euro (primo trimestre 2009: 11.509 milioni). L'utile lordo è salito a quota 508 milioni di euro (primo trimestre 2009: perdita di 198 milioni di euro), mentre l'utile netto si è attestato sui 324 milioni di euro (primo trimestre 2009: perdita di 152 milioni di euro). Il profitto prima del risultato finanziario (EBIT) è stato pari a 449 milioni di euro (primo trimestre 2009: perdita di 55 milioni di euro). Il numero totale di veicoli BMW, MINI e Rolls-Royce venduti è cresciuto del 13,8%, raggiungendo le 315.614 unità (primo trimestre 2009: 277.264 unità).

“Il BMW Group ha messo a segno un buon inizio del 2010. Gli utili hanno registrato un notevole incremento nel primo trimestre e hanno ripreso a salire in quasi tutti i mercati automotive”, ha dichiarato mercoledì a Monaco di Baviera Norbert Reithofer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG. “Il Gruppo continua a registrare notevoli progressi, grazie alla strategia Number ONE”, ha aggiunto.

Con l'aumentare della domanda dei veicoli di lusso e la certezza che il lancio della nuova BMW Serie 5 imprimerà un nuovo slancio alla performance societaria dal secondo trimestre in avanti, il Gruppo potrà guardare al resto dell'anno con un certo ottimismo: “Prevediamo una crescita dinamica degli utili nel corso dell'anno”, ha sottolineato Reithofer.

Reithofer: 2010 trampolino di lancio verso gli obiettivi di redditività

Il BMW Group è sulla buona strada verso il conseguimento degli obiettivi per l'intero esercizio: “Nel 2010 puntiamo a raggiungere utili complessivi decisamente più elevati rispetto al 2009, compiendo un notevole passo avanti verso la conquista degli obiettivi che ci siamo prefissati

per il 2012” ha affermato Reithofer. Per il 2012, il BMW Group continua a puntare ad un margine EBIT compreso tra l'8 e il 10% per la Divisione Auto.

Una gamma di prodotti appetibili e una graduale ripresa dell'economia globale contribuiranno a far aumentare i volumi di vendita del BMW Group: “Intendiamo mantenere la nostra posizione di leader mondiale nel segmento premium anche nel 2010 e prevediamo un incremento dei volumi di vendita a una cifra, ad oltre 1,3 milioni di veicoli”, ha sottolineato Reithofer.

Come menzionato in precedenza, nel 2010 si prevedono miglioramenti degli utili per tutte le Divisioni: Auto, Moto e Servizi Finanziari. In particolare, è prevista una discreta crescita del margine EBIT della Divisione Auto non superiore al 4%.

Divisione Auto: EBIT pari a 291 milioni di euro nel 1° trimestre

La Divisione Auto ha fatto registrare una buona performance nel primo trimestre, realizzando una forte crescita dei profitti grazie a volumi di vendita globali più elevati, ad un mix di modelli a più alto valore e a prezzi di vendita più convenienti. L'EBIT positivo della divisione, pari a 291 milioni di euro (primo trimestre 2009: -251 milioni di euro), è più che triplicato rispetto al quarto trimestre del 2009 (quarto trimestre 2009: 93 milioni di euro). L'utile lordo della Divisione è salito a quota 220 milioni di euro (primo trimestre 2009: perdita lorda di 471 milioni di euro), mentre il fatturato ha registrato un aumento dell'11,1% raggiungendo i 10.672 milioni (primo trimestre 2009: 9.605 milioni di euro).

I volumi di vendita sono aumentati in quasi tutti i mercati europei e asiatici, oltre che negli Stati Uniti. I tassi di crescita sono stati particolarmente importanti in Asia, dove le vendite sono schizzate a 58.918 unità (+55,7%). In Cina (inclusi Hong Kong e Taiwan), il numero di auto vendute dal BMW Group è più che raddoppiato, totalizzando le 36.607 unità (+100,5%).

Il volume d'affari è cresciuto sensibilmente anche in Nord America con vendite pari a 60.734 unità (+9,2%). Negli Stati Uniti il numero di veicoli venduti è aumentato del 7,5% a 55.141 unità; mentre i diversi mercati europei hanno subito uno sviluppo eterogeneo, con un incremento delle vendite complessivo del 4,4% a 177.031 unità.

Nel primo trimestre il marchio BMW ha conosciuto una crescita globale del 13,8%, vendendo 265.809 unità (primo trimestre 2009: 233.498 unità). Con volumi di vendita pari a 14.245 unità (primo trimestre 2009: 9.246 unità) la BMW Serie 7 ha conseguito una solida crescita (+54,1%) diventando il modello più venduta al mondo nel suo segmento. Anche la BMW

ActiveHybrid7 sta ricevendo una risposta molto positiva da parte dei consumatori. I primi esemplari sono stati consegnati ai clienti ed il modello sarà disponibile in tutto il mondo nel corso dell'estate 2010. BMW X1, introdotta alla fine di ottobre 2009, sta registrando una buona performance con 19.657 unità vendute durante il primo trimestre di quest'anno. Nello stesso periodo sono state vendute 4.484 unità della Serie 5 Gran Turismo.

Con un aumento del 4,8%, i volumi di vendita di BMW X5 si sono attestati sulle 22.897 unità (primo trimestre 2009: 21.853 unità); mentre quelle della X6 sono passate a quota 10.826 unità, in crescita del 21,2% (primo trimestre 2009: 8.931 unità). Registrano un buon andamento anche le vendite di BMW Z4, quadruplicate a 6.461 unità (primo trimestre 2009: 1.563 unità). BMW Serie 1 (47.909 unità) e BMW Serie 3 (91.619 unità) hanno fatto registrare entrambe un tasso di crescita del 2,4%, mentre le vendite di BMW X3 (in calo del 9,3% a 11.693 unità) e di BMW Serie 6 (-39,1% a 1.340 unità) sono diminuite a causa di fattori legati al ciclo di vita dei modelli.

Situazione analoga per la Serie 5 Berlina e Touring, le cui vendite sono calate del 3,4% portandosi a quota 39.162 unità, in conseguenza del rinnovamento dei modelli. La nuova Serie 5 Berlina è sul mercato dalla fine di marzo e a metà settembre sarà affiancata dalla nuova Serie 5 Touring. "Il numero di ordini per la nuova Serie 5 è eccellente", ha commentato Reithofer.

Le vendite di MINI, comprese le versioni MINI Cabrio (5.954 unità), Clubman (7.404 unità) e MINI (36.168 unità), sono cresciute del 13,6% salendo a quota 49.526 unità (primo trimestre 2009: 43.592 unità). La MINI Countryman sarà in vendita in tutto il mondo dalla seconda metà del 2010, stimolando ulteriormente le vendite.

Il marchio Rolls-Royce ha messo a segno la sua performance più brillante in termini di vendite nel primo trimestre con un aumento del 60,3% a 279 unità (primo trimestre 2009: 174 unità). La nuova Rolls-Royce Ghost (158 unità vendute nel periodo in esame) ha avuto uno straordinario successo.

Gli stock sono aumentati in conseguenza della forte crescita sul mercato cinese e dell'introduzione della nuova Serie 5 Berlina. I lunghi tempi di consegna dei veicoli destinati ai mercati emergenti, in particolare quelli asiatici, richiedono una produzione anticipata. L'aumento delle giacenze ha determinato a sua volta un incremento di 445 milioni di euro del capitale di esercizio per la Divisione Auto, principale fattore sottostante al decremento del

flusso di cassa libero nel primo trimestre (-323 milioni di euro). La liquidità si è mantenuta su un livello elevato durante il primo trimestre, chiudendo il periodo a 9,7 miliardi di euro.

BMW Motorrad: nel primo trimestre migliorano gli utili

Nel primo trimestre BMW Motorrad ha registrato un miglioramento del fatturato e degli utili grazie all'incremento dei volumi di vendita, in controtendenza rispetto alle vendite di moto sui mercati mondiali. Il fatturato della Divisione Moto è cresciuto del 21,0% a 351 milioni di euro (primo trimestre 2009: 290 milioni di euro). L'EBIT della divisione è incrementato del 14,3% a 32 milioni di euro (primo trimestre 2009: 28 milioni di euro) e l'utile lordo è migliorato del 15,4% a 30 milioni di euro (primo trimestre 2009: 26 milioni di euro).

Le vendite di moto BMW nel primo trimestre hanno conseguito un incremento del 20,9% portandosi a 20.840 unità (primo trimestre 2009: 17.232 unità). Il modello S 1000 RR, lanciato nel dicembre dello scorso anno, è ora disponibile in tutto il mondo. L'aggiornamento tecnico del modello R 1200 GS e la versione rivisitata della R 1200 RT sono disponibili da febbraio 2010.

Forte incremento degli utili per la Divisione Servizi Finanziari

La divisione Servizi Finanziari ha messo a segno una buona performance durante il primo trimestre, portando avanti il positivo sviluppo registrato negli ultimi mesi. Con 4.004 milioni di euro (primo trimestre 2009: 4.003 milioni di euro), il fatturato della divisione è rimasto pressoché invariato rispetto all'anno precedente. L'utile lordo è salito a 222 milioni di euro (primo trimestre 2009: 72 milioni di euro) grazie a nuove attività con un margine migliore e costi di rifinanziamento decisamente inferiori. L'EBIT del primo trimestre è aumentato a 213 milioni di euro (primo trimestre 2009: 70 milioni di euro).

Al 31 marzo 2010, la Divisione Servizi Finanziari gestiva un portafoglio di contratti di leasing e di finanziamento per un ammontare complessivo pari a 3.107.568, il 3,3% in più rispetto allo scorso anno. Il volume d'affari in termini di leasing e finanziamenti è cresciuto sensibilmente durante il primo trimestre. I nuovi contratti sono cresciuti del 7,4% per un totale di 243.343 contratti a livello internazionale. L'aumento dei contratti di finanziamento (+11,0% rispetto al primo trimestre dello scorso anno), in particolare, ha contribuito al conseguimento di questi risultati. Il volume dei contratti di leasing si attestava su livelli simili a quelli dello scorso anno (-0,5%). I contratti di leasing e di finanziamento costituiscono, rispettivamente, il 28,9% e il 71,1% dei nuovi affari. La percentuale di nuove automobili del BMW Group finanziate o in leasing da parte della Divisione Servizi Finanziari è stata del 46,8%, 1,1 punti percentuali in meno rispetto all'anno precedente.

Organico di 95.787 dipendenti alla fine del primo trimestre

Al termine del primo trimestre, la forza lavoro del BMW Group contava 95.787 dipendenti (31 marzo 2009: 99.112), il 3,4% in meno su base annuale. Rispetto alla fine del 2009 (96.230 dipendenti), l'organico è rimasto pressoché invariato (-0,5%).

* * *

Il Rapporto Trimestrale completo al 31 marzo 2010 può essere scaricato all'indirizzo www.bmwgroup.com/ir. In qualità di produttore di auto più sostenibile al mondo, BMW Group ha deciso di non divulgare la relazione trimestrale in copia cartacea.

II BMW Group in cifre

		1° Trim. 2010	1° Trim. 2009	Variazione in %
Produzione di veicoli				
Automobili	Unità	320.061	267.637	19,6
Motociclette ¹	Unità	30.222	29.111	3,8
Consegne ai clienti				
Automobili		315.614	277.264	13,8
Dei quali:				
BMW	Unità	265.809	233.498	13,8
MINI	Unità	49.526	43.592	13,6
Rolls-Royce	Unità	279	174	60,3
Motociclette ²	Unità	20.840	17.232	20,9
Forza lavoro alla fine del trimestre				
		95.787	99.112	-3,4
Flusso di cassa³				
	mil. Euro	297	1.122	-73,5
Fatturato				
	mil. Euro	12.443	11.509	8,1
EBIT				
	mil. Euro	449	-55	-
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	291	-251	-
Motociclette	mil. Euro	32	28	14,3
Servizi Finanziari	mil. Euro	213	70	-
Altre entità	mil. Euro	7	12	-41,7
Eliminazioni	mil. Euro	-94	86	-
Utile lordo				
	mil. Euro	508	-198	-
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	220	-471	-
Motociclette	mil. Euro	30	26	15,4
Servizi Finanziari	mil. Euro	222	72	-
Altre entità	mil. Euro	-3	24	-
Eliminazioni	mil. Euro	39	151	-74,2
Imposte sul reddito				
	mil. Euro	-184	46	-
Utile netto				
	mil. Euro	324	-152	-
Utili per azione⁴				
	Euro	0,49/0,49	-0,23/-0,23	-

¹ Escluse Husqvarna Motorcycles (1.919 unità).

² Escluse Husqvarna Motorcycles (1.639 unità).

³ Divisione Auto.

⁴ Utile azione secondo lo standard IAS 33 per azione ordinaria/privilegiata.

BMW Group

Corporate Communications

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

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.