



Comunicato stampa N. 205/10

San Donato Milanese, 9 dicembre 2010

Il BMW Group fa registrare la più forte crescita delle vendite dall'inizio dell'anno

Le vendite del Gruppo BMW aumentano del 19,8% nel mese di novembre.

Una buona crescita in Germania, Stati Uniti e Cina.

Nel mirino l'obiettivo di oltre 1,4 milioni di auto vendute nel 2010

Monaco. La crescita delle vendite del BMW Group ha accelerato nel mese di novembre: con 129.014 veicoli dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce venduti (anno precedente 107.718), le vendite sono aumentate del 19,8% rispetto allo stesso mese dello scorso anno. Questo risultato rappresenta la più forte crescita mensile dell'anno registrata finora. Un totale di 1.319.827 veicoli (+13,5%; anno prec.: 1.162.559) è stato consegnato ai clienti nei primi undici mesi, superando già, a fine novembre, il volume complessivo del 2009 (1.286.310 unità).

“Il BMW Group è ben avviato verso il raggiungimento dell'obiettivo di oltre 1,4 milioni di unità vendute nel 2010”, ha detto Ian Robertson, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG responsabile delle vendite e del marketing. “Grazie alla nostra continua offensiva di prodotto, la nostra performance supera quella del mercato stesso e, anche nel mese di novembre, siamo stati in grado di espandere la nostra quota di mercato in tutto il mondo. Così facendo, continuiamo a puntare ad un buon equilibrio tra le vendite in Europa, nelle Americhe e in Asia”.

Il BMW Group ha visto aumentare le sue vendite in maniera significativa nei suoi tre mercati più importanti: Germania, Stati Uniti e Cina. Sul mercato interno, i volumi delle vendite per i marchi BMW e MINI sono cresciuti del 29,6% nel mese di novembre, per un totale di 25.156 nuove immatricolazioni (anno prec.: 19.409). Negli Stati Uniti, le vendite sono aumentate del 25,2% a 22.883 unità (anno prec.: 18.272), risultato che ha portato la BMW ad essere il marchio premium più venduto nel mese di novembre. Nel suo terzo mercato, la Cina, le vendite sono arrivate a 17.302 unità, pari ad una crescita strepitosa del 104,3%.

Inoltre, un certo numero di altri mercati chiave in tutto il mondo hanno fatto registrare anch'essi un andamento positivo, contribuendo così alla crescita a doppia cifra del BMW Group nel mese di novembre. Per esempio: Sud Corea (+89,8% e 1.860 unità); Sud Africa (+32,3% e 2.094 unità); Giappone (+15,4% e 3.330 unità) ed Italia (+13% e 6.410 unità).

Il marchio BMW

Le vendite di auto del marchio BMW sono state del 19,7% superiori nel mese di novembre, con 108.187 unità (anno prec.: 90.391). Nel corso dell'anno, i volumi delle vendite sono arrivati ad un totale di 1.108.715 veicoli (+15%; anno prec.: 963.721 unità).

La spinta maggiore alla crescita di novembre è da attribuire ai nuovi modelli della BMW Serie 5 e alla famiglia BMW X. Le vendite della Serie 5 Berlina sono aumentate dell'86,9%, con 20.702 unità, mentre i volumi della Serie 5 Touring sono cresciuti del 62,9%, con 5.073 unità. Le consegne della Serie 5 Gran Turismo sono più che

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

raddoppiate, arrivando a 2.460 unità. L'azienda ha venduto 9.160 BMW X1 nel mese di novembre, superando le 100 mila unità ad appena un anno dal lancio sul mercato a fine ottobre 2009. La BMW X5 ha rafforzato ulteriormente la sua leadership nel proprio segmento, con un incremento del 17,2%, pari a 8.853 unità vendute nel mese di novembre. La BMW X6 è stata in grado di mantenere il suo già alto livello di vendite, con 4.018 unità vendute (+0,5%). La seconda generazione della BMW X3, appena introdotta lo scorso mese, ha già raccolto un buon numero di ordini ed un totale di 1.062 veicoli sono stati consegnati nel mese di novembre. L'X3 è pronta per il lancio nel suo più grande mercato di riferimento, gli Stati Uniti, a gennaio 2011.

MINI

Le vendite del marchio MINI sono aumentate del 19,3% nel mese di novembre, raggiungendo un totale di 20.552 consegne (anno prec.: 17.223 unità). Nei primi undici mesi dell'anno, sono state vendute 208.830 unità (+5,4%; anno prec. 198.203). Anche la MINI Countryman è partita bene. Nei primi due mesi di commercializzazione è diventata per il marchio un importante propulsore delle vendite. Con la consegna di 4.165 unità, una MINI ogni cinque vendute a novembre era una Countryman.

La MINI Countryman – e la riuscita famiglia delle BMW X – sono in prima linea nel continuo trend verso veicoli crossover e SAV innovativi, caratterizzati da un lato dalla loro guidabilità nell'utilizzo quotidiano, dalla versatilità e dalla capacità fuoristradistica e, d'altra parte, dal senso di sicurezza conferito dalla loro seduta rialzata. Nel frattempo, un veicolo ogni quattro venduti dal BMW Group è un SAV.

Rolls-Royce

Il marchio Rolls-Royce ha proseguito nella sua crescita nel mese di novembre, con le consegne in aumento del 164,4% e 275 veicoli venduti, rispetto alle 104 unità dello scorso novembre. Un totale di 2.282 Rolls-Royce sono state consegnate ai clienti nei primi undici mesi dell'anno (+259,4%).

BMW Motorrad

Con una crescita del 7,8% rispetto allo stesso mese dell'anno scorso, BMW Motorrad ha continuato la sua regolare performance nel mese di novembre e, per l'undicesimo mese consecutivo, ha fatto registrare volumi di vendita in crescita. Sono state vendute un totale di 5.930 moto – 427 in più rispetto a novembre 2009. Nei primi undici mesi del 2010, sono state consegnate ai clienti di tutto il mondo 94.283 moto BMW (anno prec. 81.946), pari ad un aumento del 15,1%. Grazie alla sua performance positiva in un mercato complessivo sempre difficile che si è ridotto dell'11% dall'inizio dell'anno, BMW Motorrad è stata in grado di espandere la sua quota globale di mercato nel segmento delle moto oltre 500 cc.

Vendite BMW Group a novembre 2010

	Novembre 2010	Variazione anno precedente	Gen. – nov. 2010	Variazione gen.- nov. 2010
BMW Group Automobili	129.014	+19,8	1.319.827	+13,5%
BMW	108.187	+19,7	1.108.715	+15,0%
MINI	20.552	+19,3	208.830	+5,4%
Rolls-Royce Motor Cars	275	+164,4	2.282	+259,4%
BMW Motorrad	5.930	-7,8	94.283	+15,1%

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Tel.: 02.51610.294 Fax: 02.51610.416
E-mail: Roberto.Olivi@bmw.it

Contatti stampa: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

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 volumi di vendita di oltre 1,29 milioni di automobili e 87.000 motociclette. Il fatturato dello scorso anno 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 sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.