



Comunicato stampa N. 001/11

San Donato Milanese, 10 gennaio 2011

Il BMW Group allunga nel segmento delle auto premium

La crescita dinamica delle vendite è continuata a dicembre.

Andamenti positivi in quasi tutti i mercati del mondo.

Robertson: previste vendite record ad oltre 1,5 milioni di auto per il 2011

Monaco/Detroit. Il BMW Group ha terminato il 2010 con il secondo miglior risultato di tutti i tempi in termini di vendite. Le vendite di auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce sono aumentate del 13,6% nel corso dell'anno, raggiungendo un totale di 1.461.166 unità (anno precedente: 1.286 milioni). L'azienda ha quindi rafforzato la sua posizione di leader tra i costruttori di veicoli premium. L'andamento positivo degli ultimi mesi è proseguito a dicembre, con la vendita di 141.358 unità, pari al 14,2% in più rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

“Il 2010 è stato un anno di successi per noi. Abbiamo centrato il bersaglio con i nostri nuovi modelli e stiamo costruendo le auto che la gente desidera. Abbiamo progredito in tutti i continenti, nei Paesi grandi e in quelli piccoli, e abbiamo continuato a far registrare un buon equilibrio tra l’Europa, l’Asia e le Americhe”, ha commentato Ian Robertson, Membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG responsabile delle vendite e del marketing, in occasione del Salone nordamericano dell’auto a Detroit. “Guardando avanti, intendiamo rimanere il miglior costruttore di auto premium al mondo e prevediamo che le vendite saliranno ad oltre 1,5 milioni di unità nel 2011, facendo registrare nuovi record per il Gruppo e per i suoi tre marchi. Inoltre, mentre seguiamo attentamente alcune incertezze economiche che persistono in tutto il mondo, siamo sicuri di continuare a trarre beneficio dalla nostra giovane gamma di modelli con la piena disponibilità di nuovi veicoli come la BMW Serie 5, la BMW X3, la BMW X1 e la MINI Countryman”.

Il marchio BMW: nuovi modelli e il trend positivo dei modelli al top della gamma spingono le vendite

Le vendite del marchio BMW sono aumentate del 14,6% nel 2010, raggiungendo un totale di 1.224.280 automobili. Nel mese di dicembre, sono state vendute 115.570 unità (+10% rispetto al dicembre 2009). La BMW Serie 5 e la BMW X1, introdotte recentemente, sono state molto ben accolte nel mercato. I volumi di vendita della Serie 5, con 211.968 unità nel 2010, sono cresciuti del 22,6% rispetto al livello dell’anno precedente. L’azienda ha anche venduto 99.990 BMW X1 nel primo anno di piena disponibilità.

L’ammiraglia, la BMW Serie 7, e gli altri modelli X hanno continuato anch’essi ad essere molto richiesti. Sostenute da una forte domanda in Asia e dalla graduale ripresa del mercato americano, le vendite della Serie 7 sono aumentate del 24,9% nel corso dell’anno, raggiungendo un totale di 65.814 unità. I volumi della BMW X5 sono cresciuti del 15%, per arrivare a 102.178 unità, e sono state consegnate ai clienti 46.404 BMW X6 (+11,4%).

Marchio MINI: nuovo record di vendite

Con un totale di 234.175 veicoli venduti (+8,1%; anno prec.: 216.538), MINI ha stabilito un nuovo record nell’anno appena concluso. Le vendite di dicembre, con 25.359 unità, sono aumentate del 38,3% rispetto allo stesso mese dell’anno precedente. Il risultato

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

positivo per l'intero anno, relativamente al marchio MINI, è dovuto in parte alla MINI Countryman (14.337 unità), introdotta a settembre, nonché alla MINI Hatch (+3,9% a 155.841 unità) e alla MINI Cabrio (+15,5% a 32.680 unità). Le vendite sono aumentate virtualmente in tutti i mercati. Gli Stati Uniti continuano a rappresentare il mercato più importante, con 45.644 unità vendute nel 2010, seguito da vicino dal Regno Unito (44.514 unità). Il terzo mercato è quello tedesco, con 31.472 auto vendute.

Rolls-Royce: vendite record

La Rolls-Royce rimane il chiaro leader del mercato nel segmento delle auto ultra lusso. Le vendite per l'intero anno 2010 hanno portato ad un risultato record, con 2.711 unità, pari ad un aumento del 170,6%. La Rolls-Royce ha anche fatto registrare 429 consegne nel mese di dicembre (+16,9%). L'ultimo modello del marchio, la Ghost, è stato accolto in maniera eccezionalmente positiva. Anche la domanda per i modelli Phantom è rimasta forte. La maggior parte delle auto della serie Phantom costruite a Goodwood (Regno Unito) nel 2010 ha compreso elementi di personalizzazione ordinati su misura, un aspetto che ha raggiunto livelli record nel 2010.

Mercati: crescita in tutti i continenti

Il BMW Group ha visto crescere le vendite virtualmente in tutti i mercati nel 2010. La Germania rimane il mercato di riferimento per l'azienda: nel mese di dicembre le immatricolazioni sono aumentate del 16,6%, con 23.550 unità. Un totale di 266.009 nuove auto BMW e MINI sono state immatricolate nel corso dell'anno (+3,1%; anno prec.: 258.069). In un mercato complessivo che ha perso il 23% rispetto ai livelli del 2009, il BMW Group è stato in grado di aumentare la sua quota in Germania di 2,3 punti, per arrivare nel corso dell'anno al 9,1%. Quello BMW è l'unico marchio premium che è riuscito ad aumentare le immatricolazioni in Germania nel 2010.

Nel suo secondo mercato, gli Stati Uniti, le vendite a dicembre sono aumentate del 16,9%, a 27.600 unità, grazie alla piena disponibilità della BMW Serie 5 e alla forte domanda per i modelli BMW X5 e X6 costruiti a Spartanburg. Il BMW Group ha visto crescere i volumi di vendita per l'intero anno 2010 del 9,9%, a 265.757 auto vendute. Di conseguenza, l'azienda ha potuto ulteriormente rafforzare la sua posizione di leadership in Nord America, con BMW il marchio premium europeo più venduto negli Stati Uniti.

Tassi di crescita particolarmente forti sono stati registrati in Cina, il terzo mercato per il BMW Group. Un totale di 16.132 auto dei marchi BMW e MINI sono stati venduti nel mese di dicembre (+59,5%). Le vendite per l'intero anno 2010 (168.998 unità) sono aumentate dell'86,7%. Il BMW Group ha tratto beneficio dalla continua forte domanda per i modelli al top della sua gamma.

Le vendite nel Regno Unito, il quarto mercato per il BMW Group, hanno anch'esse fatto registrare una buona ripresa. In un mercato volatile che è cresciuto del 2% nel corso dell'anno, il BMW Group ha fatto registrare una robusta crescita del 13,6%, con 157.312 unità, e ha continuato ad espandere la sua leadership del segmento premium in questo mercato.

Anche altre regioni del mondo hanno fatto registrare impulsi positivi. Le vendite in importanti mercati emergenti hanno espresso crescite a due cifre: Russia (+26,7% e 21.585 unità), Corea del Sud (+74,7% e 19.222 unità), Brasile (+54,5% e 9.886 unità) e India (+72,6% e 6.246 unità).

Moto BMW: aumentate le consegne per l'anno 2010

Nel 2010, BMW Motorrad ha aumentato le consegne del 12,3%, con 98.047 moto vendute. Le vendite di dicembre hanno raggiunto le 3.764 unità (-29,8%).

BMW Group in Italia

BMW Group chiude l'anno con 71.895 vetture vendute di cui 18.043 automobili del marchio MINI che incrementa le immatricolazioni del 2,83 % rispetto al 2009. Notevole gradimento dei SAV BMW con la X6 che diventa leader del segmento di riferimento con 3.912 vetture immatricolate ed il successo della X1 che chiude l'anno con 10.724 vetture immatricolate. Anche la nuova BMW X3 arrivata sul mercato solo a fine novembre ha già raggiunto la quota di 2.719 vetture immatricolate confermando il successo dei SAV BMW. La nuova BMW Serie 5 berlina si conferma leader del segmento di riferimento con uno share del 38% e 3.806 vetture immatricolate. Notevole successo anche delle varianti di carrozzeria della Gran Turismo (leader del segmento) e della Touring che, malgrado la recente introduzione sul mercato, vede un incremento superiore al 20% rispetto le vendite dell'anno precedente.

BMW Motorrad Italia - a fine 2010 – diventa leader nel mercato motociclistico italiano con 14.451 unità immatricolate, una crescita del 9,4% rispetto al 2009 ed una quota di mercato del 15,7%. Al contrario il mercato moto in Italia chiude il 2010 con 92.296 unità immatricolate ed una contrazione, rispetto al 2009, del 15,5%. La BMW R 1200 GS è per il terzo anno consecutivo la moto più venduta in Italia con 3.989 unità.

Vendite BMW Group a dicembre 2010

	Dicembre 2010	Variazione anno precedente	Gen. – Dic. 2010	Variazione Gen.- Dic. 2010
BMW Group Automobili	141.358	+14,2%	1.461.166	+13,6%
BMW	115.570	+10%	1.224.280	+14,6%
MINI	25.359	+38,3%	234.175	+8,1%
Rolls-Royce Motor Cars	429	+16,9	2.711	+170,6%
BMW Motorrad	3.764	-29,8	98.047	+12,3%

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.