



Comunicato stampa N. 022/11

San Donato Milanese, 10 marzo 2011

Il BMW Group fa registrare guadagni record nel 2010

Il profitto lordo cresce a 4,836 miliardi di euro.

L'EBIT sale a 5,094 miliardi di euro.

La Divisione Auto fa registrare un EBIT di 4.355 milioni di euro.

Proposto un dividendo record di 1,30 euro per azione.

Monaco. Il BMW Group ha stabilito nel 2010 nuovi record in termini di fatturato e di utili, con il fatturato in crescita del 19,3% a 60,477 miliardi di euro (2009: 50,681 miliardi di euro) e il profitto lordo (EBT) in rialzo, per arrivare a 4,836 miliardi di euro (2009: 413 milioni di euro). Il Gruppo fa registrare un profitto prima del risultato finanziario (EBIT) di 5,094 miliardi di euro (2009: 289 milioni di euro) ed un profitto netto record per l'esercizio pari a 3,234 miliardi di euro (2009: 210 milioni di euro).

Alla luce di questi straordinari risultati, il Consiglio di Amministrazione ed il Consiglio di Sorveglianza proporranno agli azionisti, in occasione dell'Assemblea Generale Annuale in programma per il 12 maggio 2011, che il dividendo sia aumentato a 1,30 euro (2009: 0,30 euro) per azione ordinaria e a 1,32 euro (2009: 0,32 euro) per azione privilegiata – in entrambi i casi, ciò rappresenterà un record assoluto.

“Siamo estremamente contenti degli sviluppi dell'ultimo esercizio. Abbiamo stabilito nuovi record di fatturato e di utili e abbiamo più che centrato i nostri obiettivi per l'anno nel suo insieme. Ora vogliamo che i nostri azionisti partecipino a questo successo, pagando loro un dividendo record. La nostra gamma di modelli attraenti e la continua e rigorosa attuazione della nostra Strategia Number ONE ci ha permesso di migliorare la redditività e l'efficienza in maniera significativa nel 2010”, ha spiegato Norbert Reithofer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, parlando giovedì a Monaco.

In termini di volumi di vendita, il BMW Group ha fatto registrare la seconda migliore performance della sua storia con il numero totale di veicoli dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce consegnati ai clienti cresciuto del 13,6% a 1.461.166 unità (2009: 1.286.310 unità). Il BMW Group ha quindi facilmente superato i suoi obiettivi di aumento delle vendite per il 2010 superando gli 1,4 milioni di unità, restando così il leader tra i costruttori mondiali di auto premium.

Margine EBIT dell'8% per la Divisione Automobili

Volumi di vendita significativamente più alti, un mix di modelli di grande valore, migliori condizioni economiche di transazioni finanziarie e costi di materiali inferiori hanno portato nel 2010 ad un importante miglioramento degli utili nella Divisione Auto. Il fatturato è aumentato del 23,8%, arrivando a 54,137 miliardi di euro (2009: 43,737 miliardi di euro). L'EBIT della Divisione Auto è migliorato, raggiungendo 4,355 milioni di euro (2009: - 265 milioni di euro), mentre il profitto lordo è cresciuto a 3,887 miliardi di euro (2009: perdita lorda di 588 milioni di euro). Il margine EBIT della Divisione Auto è stato quindi dell'8,0%, rispetto all'EBIT per l'intero anno, superamento del 7% l'EBIT precedentemente previsto.

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

Le vendite di auto del marchio BMW sono aumentate del 14,6%, con 1.224.280 unità (2009: 1.068.770 unità) nel 2010, grazie a nuovi ed attraenti modelli. La nuova BMW Serie 5, per esempio, ha fatto registrare un aumento delle vendite del 35,5%, con 238.454 unità consegnate (2009: 175.983 unità). Questo modello è stato leader di mercato nel suo segmento fin dal quarto trimestre. Anche la BMW X1 si è comportata benissimo, con circa 100.000 unità vendute durante il suo primo anno completo sul mercato.

La domanda per l'ammiraglia della BMW, la Serie 7, e per gli altri modelli X è rimasta anch'essa molto forte. Le vendite della BMW Serie 7 sono cresciute del 24,9% nel corso dell'anno a 65.814 unità (2009: 52.680 unità), crescita dovuta soprattutto alla forte domanda in Asia e alla graduale ripresa del mercato nordamericano. Le vendite della BMW X5, che resta leader di mercato nel suo segmento, sono cresciute del 15,0% a 102.178 unità (2009: 88.851). Sono state vendute 46.404 unità della BMW X6 (2009: 41.667), l'11,4% in più rispetto all'anno precedente.

Il marchio MINI continua a registrare buone performance, stabilendo il nuovo record di vendite nel 2010 con 234.175 unità (2009: 216.538/+8,1%). Questa performance è stata aiutata dalla MINI Countryman (14.337 unità), lanciata a settembre, dalla MINI con 155.841 unità vendute (2009: 150.043/+3,9%) e dalla MINI Cabrio, che ha raggiunto un volume di vendita di 32.680 unità (2009: 28.303/+15,5%).

Anche il marchio Rolls-Royce ha stabilito un nuovo record, con 2.711 unità vendute nel 2010 (2009: 1.002 unità/+170,6%).

Il BMW Group è stato in grado di aumentare i volumi di vendita nel 2010 in quasi tutti i mercati in cui opera. La Germania è rimasta il mercato singolo più grande, con 267.160 auto BMW e MINI vendute. Infatti, la BMW è stata l'unico marchio premium ad aver registrato un aumento di immatricolazioni delle auto nuove in Germania nel 2010.

Nel secondo più grande mercato dell'azienda, gli Stati Uniti, il BMW Group è stato in grado di aumentare le vendite del 10,1% a 266.580 unità, facendo della BMW, ancora una volta, il marchio premium europeo più venduto negli Stati Uniti nel 2010.

Forti tassi di crescita sono stati registrati anche in Cina, il terzo mercato dell'azienda. Il numero di auto vendute in questa regione (compresi Hong Kong e Taiwan) è volato a 183.328 unità, pari ad un aumento dell'85,3%.

Una spinta per la crescita è venuta anche da altre regioni del mondo. Il numero di auto vendute in importanti mercati emergenti, come Russia, Corea del Sud, Brasile, India e Turchia è cresciuto a tassi ben oltre il dieci per cento.

EBIT di 71 milioni di euro per la Divisione Moto nel 2010

Nonostante le sfavorevoli condizioni del mercato, la Divisione Moto è riuscita a far registrare nel 2010 una crescita dei volumi di vendita, del fatturato e degli utili. Il fatturato è aumentato del 22,0%, raggiungendo 1,304 miliardi di euro (2009: 1,069 miliardi di euro); l'EBIT è migliorato, arrivando a 71 milioni di euro (2009: 19 milioni di euro); mentre il profitto lordo è cresciuto a 65 milioni di euro (2009: 11 milioni di euro). In totale, 110.113 moto dei marchi BMW e Husqvarna sono state vendute nel 2010 (2009: 100.358 unità/+9,7%).

Forte incremento degli utili per la Divisione Servizi Finanziari

Nel 2010, la Divisione Servizi Finanziari ha tratto beneficio dalla sua attraente gamma di prodotti, da favorevoli condizioni di rifinanziamento e da un migliorato profilo di rischio. Il fatturato della Divisione Servizi Finanziari è aumentato del 5,2% a 16,617 miliardi di euro

(2009: 15,798 miliardi di euro), mentre i profitti lordi sono aumentati, raggiungendo 1,214 miliardi di euro (2009: 365 milioni di euro).

Il numero di nuovi contratti di finanziamento e di leasing firmati (1.083.154) è cresciuto del 6,6% rispetto all'anno precedente. Le attività di leasing sono aumentate del 3,2% e quelle di finanziamento dell'8,1%. Il leasing ha inciso per il 28,8% nelle nuove attività ed i finanziamenti per il 71,2%. La proporzione di nuove auto dei marchi BMW e MINI finanziate dalla Divisione Servizi Finanziari è stata del 48,2%, lo 0,8% in meno rispetto all'anno precedente.

Forza lavoro di circa 95.500 dipendenti alla fine del 2010

La forza lavoro del BMW Group è leggermente diminuita nel corso del 2010, la conseguenza di un insieme di naturali avvicendamenti, accordi di lavoro part-time in pre-pensionamento e accordi di terminazione volontaria dei contratti di lavoro. La forza lavoro del BMW Group comprendeva alla fine dell'anno 95.453 dipendenti (2009: 96.230/-0,8%) in tutto il mondo. All'inizio del nuovo anno sono stati assunti nel BMW Group 1.124 giovani con contratto di formazione.

Reithofer: il BMW Group punta ad un nuovo record di vendite nel 2011

Il BMW Group prevede che le vendite continueranno ad avere uno sviluppo positivo nel corrente anno, grazie all'attraente gamma di modelli. Un rapporto equilibrato nelle attività di vendita tra l'Europa, l'Asia e l'America rimane l'obiettivo. "Stiamo puntando a vendite record di oltre 1,5 milioni di veicoli nel 2011 e ci aspettiamo di stabilire nuovi record per tutti e tre i nostri marchi", ha dichiarato Reithofer.

Nell'esercizio 2012, il BMW Group mira ad ottenere un margine EBIT immutato di otto/dieci per cento nella Divisione Automobili ed un ritorno sul capitale di almeno il 18% per la Divisione Servizi Finanziari.

* * *

Ulteriori informazioni sui bilanci 2010 del Gruppo e sulle previsioni per l'anno in corso saranno disponibili in occasione della Conferenza stampa annuale sui conti che si terrà il 15 marzo 2011 a Monaco.

Il Gruppo BMW in cifre

		2010	2009	Variazione in %
Consegne ai clienti				
Automobili		1.461.166	1.286.310	13,6
Dei quali:				
BMW	Unità	1.224.280	1.068.770	14,6
MINI	Unità	234.175	216.538	8,1
Rolls-Royce	Unità	2.711	1.002	-
Motociclette	Unità	110.113	100.358	9,7
Dei quali:				
BMW	Unità	98.047	87.306	12,3
Husqvarna	Unità	12.066	13.052	-7,6
Forza lavoro a fine anno¹				
		95.453	96.230	-0,8
Fatturato	mil. Euro	60.477	50.681	19,3
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	54.137	43.737	23,8
Motociclette	mil. Euro	1.304	1.069	22,0
Servizi Finanziari	mil. Euro	16.617	15.798	5,2
Utile prima del risultato finanziario				
	mil. Euro	5.094	289	-
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	4.355	-265	-
Motociclette	mil. Euro	71	19	-
Servizi Finanziari	mil. Euro	1.201	355	-
Utile lordo				
	mil. Euro	4.836	413	-
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	3.877	-588	-
Motociclette	mil. Euro	65	11	-
Servizi Finanziari	mil. Euro	1.214	365	-
Imposte sul reddito				
		-1.602	-203	-
Utile netto		3.234	210	-
Guadagni per azione²	Euro	4,91/4,93	0,31/0,33	-
Dividendo per azione ordinaria/ azione privilegiata		1,30/1,32	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 Utile azione secondo lo standard IAS 33 per azione ordinaria/privilegiata.

BMW Group

Italia

Corporate Communications

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 2010 volumi di vendita di 1,46 milioni di automobili e oltre 110.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2010 sono stati di 4,8 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 60,5 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2010 era di circa 95.500 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.

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