



Comunicato stampa N. 025/11

San Donato Milanese, 15 marzo 2011

Il BMW Group punta ad un ulteriore incremento dei guadagni nel 2011

Un margine EBIT di oltre l'8% previsto nella Divisione Automobili.
Obiettivo di vendita oltre 1,5 milioni di veicoli.
Margine EBIT dall'8% al 10% per la Divisione Auto confermato per il 2012

Monaco. Il BMW Group può guardare con fiducia all'esercizio in corso grazie alla sua attraente gamma di modelli. "Intendiamo migliorare ulteriormente quest'anno i nostri guadagni di Gruppo", ha dichiarato martedì a Monaco Norbert Reithofer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG. "Puntiamo al raggiungimento di un margine EBIT superiore all'8% nella nostra Divisione Auto. Si prevede – ha aggiunto – che i volumi di vendita aumenteranno ben oltre 1,5 milioni di unità, un nuovo record assoluto, con il contributo di tutti e tre i marchi: BMW, MINI e Rolls-Royce. Con questa prestazione, il BMW Group intende rafforzare la sua posizione come costruttore leader mondiale di auto premium.

Nell'esercizio 2012, il BMW Group mira a raggiungere un margine EBIT invariato dell'otto/dieci percento nella Divisione Auto ed un ritorno sul capitale di almeno il 18% nella Divisione Servizi Finanziari. "Noi crediamo – ha continuato Reithofer – che vi siano buone possibilità per raggiungere il nostro obiettivo dell'8%-10% nella Divisione Auto anche dopo il 2012. Questo obiettivo si basa sulla premessa che l'economia globale continui a far registrare un progresso stabile. È anche possibile, tuttavia, a seconda degli sviluppi politici ed economici, che l'attuale margine EBIT possa essere più alto o più basso rispetto al ventaglio di obiettivi per il periodo successivo al 2012.

L'azienda ha stabilito nuovi record per quanto riguarda fatturato e profitti di gruppo nel 2010. Il fatturato è cresciuto del 19,3% a 60,477 miliardi di euro (2009: 50,681 miliardi di euro). Il profitto lordo (EBIT) è aumentato fortemente a 4,836 miliardi di euro (2009: 413 milioni di euro). Il Gruppo ha fatto registrare un profitto prima del risultato finanziario (EBIT) di 5,094 miliardi di euro (2009: 289 milioni di euro) ed un profitto netto da record di 3,234 miliardi di euro (2009: 210 milioni di euro).

Alla luce di questa ottima performance, durante l'Assemblea Generale Annuale in programma per il 12 maggio 2011, il Consiglio di Amministrazione ed il Consiglio di Sorveglianza proporranno agli azionisti un aumento del dividendo a 1,30 euro (2009: 0,30 euro) per azione ordinaria e a 1,32 euro (2009: 0,32) per azione privilegiata, record assoluti in entrambi i casi.

"Siamo estremamente contenti degli sviluppi fatti registrare nel corso dell'esercizio passato. Abbiamo stabilito nuovi record di fatturato e utili di Gruppo e abbiamo più che centrato i nostri obiettivi per l'intero anno. La continua attuazione rigorosa della nostra Strategia Number ONE ci ha consentito di fare buoni progressi in termini di redditività e di efficienza. La nostra attraente gamma di modelli e la forte crescita dei volumi di vendita – ha continuato Reithofer – hanno contribuito all'incremento degli utili".

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

BMW Group

Italia

Corporate Communications

In termini di volumi di vendita, il BMW Group ha fatto registrare la seconda performance della sua storia, con una crescita del 13,6% del numero totale di auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce consegnate ai clienti, che ha raggiunto 1.461.166 unità (2009: 1.286.310 unità). Di conseguenza, il BMW Group ha abbondantemente raggiunto il suo obiettivo di incrementare i volumi delle vendite per l'intero 2010 ad oltre le 1,4 milioni di unità.

Flusso libero di cassa di 4,471 miliardi di euro generato nella Divisione Auto

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 ad un importante miglioramento degli utili nella Divisione Auto. Il fatturato è aumentato del 23,8% 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 linda di 588 milioni di euro).

Il margine EBIT della Divisione Auto è stato quindi dell'8%, rispetto al margine EBIT per l'intero anno di oltre il 7% previsto in precedenza per la Divisione Auto. Come conseguenza di questi sviluppi positivi, il flusso libero di cassa è aumentato nel corso dell'esercizio, raggiungendo 4,471 miliardi di euro (2009: 1,456 miliardi di euro).

Le vendite di auto del marchio BMW sono aumentate del 14,6%, a 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% 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, 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 di 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

BMW Group

Italia

Corporate Communications

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 come 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.

BMW Group

Italia

Corporate Communications

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