

BMW Group Italia Corporate Communications



Comunicato stampa N. 045/11

San Donato Milanese, 4 maggio 2011

Il BMW Group fa registrare risultati record per il primo trimestre.

Il profitto prima del risultato finanziario cresce a 1.902 milioni di euro.

Il profitto lordo sale a 1.812 milioni di euro.

La Divisione Auto fa registrare un EBIT di 1.708 milioni di euro.

Il margine EBIT è dell'11,9% per la Divisione Auto.

Il BMW Group riconferma gli obiettivi per l'anno corrente

Monaco. Il BMW Group continua la sua eccellente performance realizzando un nuovo record di ricavi nel primo trimestre. Il fatturato del Gruppo è cresciuto del 28,9% a 16.037 milioni di euro (2010: 12.443 milioni di euro). Il profitto prima del risultato finanziario (EBIT) nel primo trimestre è aumentato a 1.902 milioni di euro (2010: 449 milioni di euro), mentre il profitto lordo (EBT) è cresciuto a 1.812 milioni di euro (2010: 508 milioni di euro). Il profitto netto del Gruppo nel primo trimestre è stato di 1.212 milioni di euro (2010: 324 milioni di euro). Il numero totale di auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce vendute è aumentato del 21,3% a 382.758 unità (2010: 315.614 unità), il migliore primo trimestre di sempre, in termini di volumi, nella storia del Gruppo.

"Il BMW Group ha iniziato molto bene il nuovo esercizio. Abbiamo generato guadagni record e venduto più auto che mai nel primo trimestre. La forte crescita dei volumi di vendita e l'attuazione rigorosa della Strategia Number ONE del Gruppo hanno giocato un ruolo primario nel successo della nostra trimestrale", ha dichiarato mercoledì a Monaco Norbert Reithofer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG.

Obiettivo di un volume di vendite record ben superiore a 1,5 milioni di veicoli

Gli obiettivi per l'intero anno del Gruppo rimangono invariati: "Il BMW Group è sulla buona strada verso il conseguimento di nuovi record di vendite e di guadagni per l'intero anno.

Stiamo puntando – ha continuato Reithofer – ad un volume di vendite record di oltre 1,5 milioni di veicoli, nonché a nuovi singoli record per ognuno dei nostri marchi premium: BMW, MINI e Rolls-Royce". L'obiettivo del BMW Group di un margine EBIT superiore all'8% per la Divisione Auto resta invariato. Tutti questi obiettivi sono basati sul presupposto che le condizioni politiche ed economiche restino stabili e che l'economia globale continui a crescere.

Un forte balzo in avanti nei guadagni del primo trimestre per la Divisione Auto

I marchi BMW, MINI e Rolls-Royce hanno tutti fatto registrare nuovi record di vendite per i primi tre mesi dell'anno. Altri fattori che hanno contribuito alla forte crescita dei guadagni della Divisione sono stati: un mix di modelli con alto valore di vendita, miglioramenti nell'efficienza e migliori prezzi di vendita. Il fatturato del primo trimestre è cresciuto del 34,7% a 14.373 milioni di euro (2010: 10.672 milioni di euro). L'EBIT è salito a 1.708 milioni di euro (2010: 291 milioni di euro), con un margine EBIT per la Divisione Auto dell'11,9%. Il profitto lordo è migliorato, toccando i 1.605 milioni di euro (2010: 220 milioni di euro). Il flusso libero di cassa nella Divisione Auto è cresciuto a 1.624 milioni di euro (2010: flusso libero di cassa negativo di 306 milioni di euro).

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

Il marchio BMW ha fatto registrare una crescita del 20,8% nel primo trimestre, con la vendita di 321.175 veicoli (2010: 265.809 unità). La nuova BMW Serie 5 ha realizzato un'ottima performance nel trimestre in esame, più che raddoppiando i volumi di vendita a 85.423 unità (2010: 39.162 unità) e rimane leader mondiale nella sua classe. La domanda per la BMW Serie 7 rimane anch'essa su livelli elevati; le vendite nel primo trimestre dell'ammiraglia del marchio sono aumentate del 4,0% a 14.817 unità (2010: 14.245 unità).

Anche i modelli BMW X continuano a comportarsi bene. Le vendite del primo trimestre della BMW X1, per esempio, sono cresciute del 38,6% a 27.238 unità (2010: 19.657 unità). La nuova BMW X3, sul mercato da novembre 2010, continua a essere molto richiesta, quasi raddoppiando (+94,1%) le sue vendite e raggiungendo le 22.693 unità (2010: 11.693 unità). La BMW X5 resta leader del mercato nel suo segmento, con vendite cresciute dell'1,1% a 23.149 unità (2010: 22.897 unità).

Anche il marchio MINI continua un trend positivo. In totale, sono state vendute nei primi tre mesi dell'anno 60.860 unità (2010: 49.526 unità), pari ad un incremento del 22,9% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La MINI Countryman, quarto modello della famiglia MINI dall'autunno del 2010, è particolarmente popolare presso i clienti e ha fatto registrare la vendita di 16.078 unità nel trimestre in esame. Più di 30.000 unità sono state vendute dal momento del suo lancio. Le vendite della MINI Cabrio sono cresciute dell'8,6% a 6.464 unità (2010: 5.954 unità). Nell'autunno 2011, la MINI Coupé diventerà la quinta variante di modello della famiglia MINI.

Le vendite di auto del marchio Rolls-Royce nel primo trimestre sono più che raddoppiate, raggiungendo le 723 unità (2010: 279 unità). La Ghost resta un modello particolarmente richiesto, con quasi 3.000 unità vendute dal suo lancio sul mercato. Durante il trimestre in esame, la Ghost ha fatto registrare un volume di vendite di 566 unità (2010: 158 unità). Anche la Phantom ha incassato una forte crescita di vendite con 106 unità (+60,6%) nel periodo in questione (2010: 66 unità).

Il BMW Group ha fatto registrare crescite in quasi tutte le regioni durante i primi tre mesi dell'anno. In totale, 200.088 auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce sono state vendute in Europa, il 13 % in più rispetto all'anno precedente. Con questi numeri, le vendite sono aumentate del 9,0% a 64.064 unità in Germania e del 21,7% a 39.259 unità in Gran Bretagna. Anche in Italia si è registrata una crescita (19.007 unità; +8,0%), come in Francia (16.422 unità; +13,5%) ed in Spagna (10.722 unità; +3,3%).

Le performance di vendita in Nord America sono state anch'esse forti nel primo trimestre, con il numero di auto vendute cresciuto del 17,3% a 71.257 unità. Le vendite negli Stati Uniti sono cresciute del 18,2% a 65.163 unità, rendendolo ancora una volta il più grande singolo mercato per il BMW Group. Alti tassi di crescita sono stati raggiunti anche in Asia, dove un totale di 90.148 unità è stato venduto (+53,0%), comprese 58.706 unità in Cina (+71,6%).

Robusta crescita nelle vendite della Divisione Moto

Il fatturato della Divisione Moto nel primo trimestre è aumentato del 13,1%, raggiungendo i 397 milioni di euro (2010: 351 milioni di euro). L'EBIT della Divisione è stato di 31 milioni di euro (2010: 32 milioni di euro), rimanendo praticamente allo stesso livello dell'anno precedente. Il risultato della Divisione comprende per la prima volta i guadagni di Husqvarna. Le vendite di moto dei marchi BMW e Husqvarna sono crescite dell'11,4% a 25.049 unità (2010: 22.479 unità), cifra che comprende 23.109 moto BMW (2010: 20.840; +10,9%) e 1.940 moto Husqvarna (2010: 1.639; +18,4%).

BMW Group

Italia

Corporate Communications

Forte aumento dei guadagni della Divisione Servizi Finanziari

Anche la Divisione Servizi Finanziari ha visto una buona partenza nel 2011, con il fatturato del primo trimestre cresciuto del 4,5% a 4.183 milioni di euro (2010: 4.004 milioni di euro). Il profitto lordo è migliorato, raggiungendo i 429 milioni di euro (2010: 222 milioni di euro), grazie anche alle favorevoli condizioni del rifinanziamento. Il numero totale di contratti di leasing e di finanziamento in gestione è aumentato del 4,1%, fermandosi a 3.233.567 a tutto il 31 marzo 2011. Il numero di nuovi contratti di finanziamento e di leasing firmati (276.856) è stato del 13,8% superiore rispetto all'anno scorso. Rispetto sempre all'anno precedente, l'attività di leasing è cresciuta del 19,3% e quella di finanziamento al credito dell'11,5%. I leasing hanno inciso per il 30,3% dei nuovi contratti e i finanziamenti per il 69,7%. Il rapporto di perdite creditizie per il trimestre è sceso allo 0,55% (2010: 0,65%).

La forza lavoro del BMW Group conta circa 96.000 dipendenti in tutto il mondo

La forza lavoro in tutto il mondo è aumentata dello 0,3% a 96.045 dipendenti al 31 marzo (2010: 95.787). Rispetto a fine anno 2010, c'è stato un incremento dello 0,6%.

BMW Group

Italia

Corporate Communications

Il BMW Group in cifre

	1° Trimestre 2011	1° Trimestre 2010	Variazione in %
Consegne ai clienti			
Automobili	382.758	315.614	21,3
Dei quali:			
BMW	Unità	321.175	265.809
MINI	Unità	60.860	49.526
Rolls-Royce	Unità	723	279
Motociclette	Unità	25.049	22.479
Dei quali:			
BMW	Unità	23.109	20.840
Husqvarna	Unità	1.940	1.639
Forza lavoro nel primo trimestre¹	96.045	95.787	0,3
Cash Flow operativo	mil. Euro	2.079	297
Fatturato	mil. Euro	16.037	12.443
Dei quali:			
Automobili	mil. Euro	14.373	10.672
Motociclette	mil. Euro	397	351
Servizi Finanziari	mil. Euro	4.183	4.004
Eliminations	mil. Euro	-2.917	-2.585
Utile prima del risultato finanziario	mil. Euro	1.902	449
Dei quali:			
Automobili	mil. Euro	1.708	291
Motociclette	mil. Euro	31	32
Servizi Finanziari	mil. Euro	403	213
Eliminations	mil. Euro	-257	-94
Utile lordo	mil. Euro	1.812	508
Dei quali:			
Automobili	mil. Euro	1.605	220
Motociclette	mil. Euro	30	30
Servizi Finanziari	mil. Euro	429	222
Eliminations	mil. Euro	-228	39
Imposte sul reddito		-600	-184
Utile netto		1.212	324
Guadagni per azione²	Euro	1,84/1,84	0,49/0,49

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