



Comunicato stampa N. 086/11

San Donato Milanese, 12 luglio 2011

Il BMW Group rivede verso l'alto le previsioni di vendita e utili per il 2011

La performance durante l'anno corrente è migliore del previsto. Il margine EBIT per la Divisione Auto dovrebbe superare il 10%. Si punta a volumi di vendite di oltre 1,6 milioni di veicoli. Si prevede un forte aumento degli utili per i Servizi Finanziari.

Monaco. Grazie ad una forte domanda nei mercati internazionali dell'auto durante il secondo trimestre e dall'inizio dell'anno, il BMW Group si aspetta per il 2011 volumi di vendita e guadagni significativamente migliori di quanto precedentemente previsto. Sta quindi rivedendo verso l'alto le sue previsioni, in termini di vendite e di utili, per l'attuale esercizio.

Si prevede che le vendite nel 2011 aumenteranno di oltre il 10% rispetto allo scorso anno, per raggiungere un totale di oltre 1,6 milioni di auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce. Le previsioni per l'anno parlavano inizialmente di volumi di vendita superiori a 1,5 milioni di unità. Il numero di veicoli consegnati ai clienti in tutto il mondo durante la prima metà del 2011 è aumentato del 19,7% a 833.366 unità. Il BMW Group continua a mirare ad un equilibrio ragionevole delle vendite tra Europa, Asia e Americhe.

Grazie all'ottima performance registrata fino ad oggi e alle buone prospettive per i prossimi mesi, è attualmente previsto che la Divisione Auto otterrà un margine EBIT di oltre il 10% per l'anno intero, rispetto alla previsione precedente di superare l'8%. Il BMW Group continua a mirare al raggiungimento di un ritorno sul capitale impiegato (RoCE) di oltre il 26%.

Si pensa che la crescita dei volumi di vendita e degli utili della Divisione Auto possa rallentare durante la seconda metà dell'anno in funzione dell'avvicinamento di alcuni dei modelli più venduti del BMW Group.

Grazie alle attraenti condizioni di mercato ad una situazione di rischio meno acuta, la Divisione Servizi Finanziari continua a mirare al raggiungimento di un significativo miglioramento nel profitto lordo e ad un ritorno sul capitale di oltre il 18% nel 2011. Il forte miglioramento nel profilo di rischio per i valori residui e per i rischi creditizi si rifletterà nei guadagni del secondo trimestre, con un ammontare positivo di qualche centinaio di milioni di euro.

In base alle previsioni considerevolmente migliori, il BMW Group si aspetta ora di ottenere un miglioramento ancora maggiore nei guadagni lordi di quanto aveva previsto originariamente.

Tutti questi obiettivi si basano sull'assunzione che le condizioni politiche ed economiche rimangano stabili e che l'economia mondiale continui a crescere.

Il BMW Group continua a mirare ad un margine EBIT tra l'8% e il 10% e ad un ritorno sul capitale impiegato (Rocce) di oltre il 26% per la Divisione Auto nel 2012. La Divisione Servizi Finanziari sta cercando di raggiungere un ritorno sul capitale di almeno il 18%.

Il rapporto trimestrale al 30 giugno 2011 sarà pubblicato il 2 agosto 2011.

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 25 stabilimenti di produzione dislocati in 14 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.