

Comunicato Stampa N. 032/12

San Donato Milanese, 13 marzo 2012

Il BMW Group punta ad un altro anno record nel 2012

Previsti nuovi record di vendite e di guadagni.

Un margine EBIT per la Divisione Auto stimato fra l'8 e il 10%.

Il Gruppo punta a superare 2 milioni di veicoli venduti entro il 2016

Monaco. Dopo un anno record nel 2011, il BMW Group è fiducioso per quanto riguarda l'esercizio corrente. "Per il 2012, stiamo puntando a nuove cifre record per quanto riguarda il volume di vendite e per i guadagni lordi", ha dichiarato Norbert Reithofer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG in occasione della Conferenza Stampa Annuale di Bilancio svoltasi martedì a Monaco. La Divisione Auto è sulla buona strada per ottenere un margine EBIT compreso fra l'otto e il dieci per cento; un risultato in linea con i nostri obiettivi di redditività a lungo termine. Purché la situazione economica globale non peggiori, il BMW Group prevede per la Divisione Auto un margine EBIT più vicino al dieci che non all'otto per cento per il 2012.

"Abbiamo iniziato l'anno nuovo con le ordinazioni ai massimi livelli e con una gamma di modelli molto "appeal". Il BMW Group – ha continuato Reithofer – intende crescere più velocemente del mercato nel suo insieme nel 2012 e si aspetta di ottenere nuovi record di volumi di vendite per i brand BMW, MINI e Rolls-Royce". Un driver importante per la crescita sarà costituito dalla nuova BMW Serie 3, la cui versione berlina è disponibile in tutto il mondo dall'11 febbraio 2012.

Nel 2012 saranno lanciati e rivisti anche altri nuovi modelli, compresa la BMW Serie 6 Gran Coupé a giugno – la prima coupé quattro porte nella storia dell'azienda – e il restyling dell'ammiraglia del gruppo, la BMW Serie 7, nel mese di luglio.

Anche la Divisione Moto amplierà la sua gamma di prodotti nel 2012, con nuovi modelli come lo scooter BMW e le moto stradali Husqvarna che daranno una buona spinta alle vendite, al fatturato e ai guadagni. Si prevede che continuerà anche la buona performance della Divisione Servizi Finanziari. Il BMW Group prevede che sarà di nuovo in grado di ottenere un ROE nel 2012 di almeno il 18%.

Queste previsioni si basano sul presupposto che le condizioni economiche mondiali restino stabili.

L'obiettivo di un volume di vendite a lungo termine sarà raggiunto molto in anticipo rispetto alle previsioni

La Strategia Number ONE, adottata già dal 2007, ha consentito al BMW Group di avviarsi subito sulla buona strada per un futuro di successo. I benefici di questa strategia sono ora chiaramente visibili. "Lo scorso anno – ha spiegato Reithofer – è stato l'anno di maggior successo nella storia aziendale del BMW Group, con nuovi record ottenuti in termini di vendite, di fatturato e di guadagni".

Continueremo a sviluppare e ad attuare in futuro la Strategia Number ONE. Il BMW Group continuerà a concentrarsi sul segmento premium. "Premium è e rimane il nostro modello e

Società
BMW Italia S.p.A.Società del
BMW GroupSede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)Telefono
02-51610111Telefax
02-51610222Internet
www.bmw.it
www.mini.itCapitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.
MI 1403223N. Reg. Impr.
MI 187982/1998Codice fiscale
01934110154Partita IVA
IT 12532500159

la base per il futuro successo del BMW Group”, ha sottolineato Reithofer. “In termini di innovazione, di design, di sostenibilità e di efficienza, i nostri veicoli continueranno a rappresentare i punti di riferimento nel segmento premium”.

Una crescita redditizia sarà ottenuta grazie al lancio di nuovi prodotti in tutti i segmenti e all'entrata in nuovi mercati. “Stiamo puntando a un volume di vendite in tutto il mondo di oltre due milioni di veicoli entro il 2016 e quindi significativamente in anticipo rispetto a ciò che era stato pianificato per il 2020”, ha dichiarato Reithofer.

L'azienda resta impegnata a conseguire i suoi obiettivi di redditività a lungo termine e punta ad ottenere un margine EBIT sostenibile tra l'otto ed il dieci per cento nella Divisione Auto. In base agli sviluppi politici ed economici, tuttavia, i margini effettivi potranno risultare al di sopra o al di sotto di quelli previsti.

Gli investimenti per nuove tecnologie e per espandere la rete produttiva aumenteranno nei prossimi anni. Anche così, il rapporto delle spese in conto capitale resterà in futuro al di sotto del 7% (2011: 5,4%).

Nel 2011 il BMW Group stabilisce nuovi record per volumi di vendite e guadagni

Nello scorso anno, il BMW Group ha di nuovo stabilito ulteriori record di volumi di vendite, di fatturato e di guadagni. Rispetto all'anno precedente, il fatturato del Gruppo è aumentato del 13,8% a 68.821 milioni di euro (2010: 60.477 milioni di euro). In termini di guadagno, il profitto lordo (EBT) è cresciuto del 52,1% a 7.383 milioni di euro (2010: 4.853 milioni di euro), il profitto prima del risultato finanziario (EBIT) del 56,9% a 8.018 milioni di euro (2010: 5.111 milioni di euro) ed il profitto netto del 51,3% a 4.907 milioni di euro (2010: 3.243 milioni di euro). Il numero totale di auto dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce consegnate ai clienti è cresciuto del 14,2% raggiungendo la nuova cifra record di 1.668.982 unità (2010: 1.461.166 unità).

Alla luce di questa ottima performance, il BMW Group intende permettere ai suoi azionisti la partecipazione in misura appropriata al successo del Gruppo. Il Consiglio di Amministrazione e quello di Sorveglianza proporranno agli azionisti, in occasione dell'Assemblea Generale Annuale del 16 maggio 2012, che il dividendo venga portato ad un nuovo ragguardevole livello di 2,30 euro (2010: 1,30 euro) per azione ordinaria e di 2,32 euro (2010: 1,32 euro) per azione privilegiata, pari ad un payout ratio del 30,7%.

Il margine EBIT della Divisione Auto aumenta all'11,8%

Anche la Divisione Auto ha fatto registrare cifre record per il 2011. Il fatturato è aumentato del 16,8% a 63.229 milioni di euro (2010: 54.137 milioni di euro). L'EBIT è volato del 71,7% a 7.477 milioni di euro (2010: 4.355 milioni di euro) ed il profitto lordo del 75,5% a 6.823 milioni di euro (2010: 3.887 milioni di euro). Il margine EBIT per la Divisione Auto è stato quindi dell'11,8% rispetto al margine EBIT dell'intero anno di “oltre il 10%” precedentemente previsto per la Divisione. I fattori principali che sono alla base del miglioramento significativo dei guadagni della Divisione sono da attribuire, da una parte, al rapido aumento del volume di vendite e, dall'altra, alle migliorate strutture dei costi.

La buona performance in termini di guadagni nel 2011 ha aiutato a generare un forte cash flow nella Divisione Auto. Allo stesso tempo, il lancio sul mercato di serie di modelli dagli alti volumi, come la BMW Serie 1 e la BMW Serie 3, ha avuto un impatto sul capitale di esercizio, riducendo così il free cash flow. Altri fattori che hanno inciso positivamente sono stati: la quota del prezzo di acquisto per l'acquisizione dell'ING Car Lease Group, in capo alla Divisione Auto, l'acquisto di azioni nella SGL Carbon e l'aumento del capitale presso la BMW Bank GmbH.

Il free cash flow nell'esercizio 2011 è ammontato a 2.133 milioni di euro (2010: 4.471 milioni di euro). Riequilibrato per tener conto dei fattori di cui abbiamo accennato sopra, esso sarebbe stato di 3.494 milioni di euro. Nel 2012 il BMW Group prevede un free cash flow di oltre 3 miliardi di euro per la Divisione Auto.

Nel 2011 il marchio BMW ha stabilito nuovi record di vendite, facendo registrare un aumento del 12,8% a 1.380.384 unità (2010: 1.224.280 unità). Le vendite della BMW Serie 3 sono rimaste elevate con 384.464 unità (2010: 399.009 unità; -3,6%), nonostante il cambio di modello. Dall'11 febbraio 2012, la nuova BMW Serie 3 Berlina è disponibile in tutto il mondo. Le vendite della BMW Serie 5 sono cresciute del 39,4% a 332.501 unità (2010: 238.454 unità), assicurando la posizione di leader di mercato nel suo segmento. La BMW Serie 6, che ha visto i lanci della nuova Cabrio nella primavera 2011 e della nuova Coupé in autunno, ha visto aumentare il volume di vendite del 60,7% a 9.396 unità (2010: 5.848 unità).

La BMW Serie 7, ammiraglia del marchio, ha continuato la sua buona performance, vendendo 68.774 unità (2010: 65.814 unità) nel 2011, pari ad un incremento del 4,5% rispetto all'anno precedente. Anche i modelli della famiglia BMW X continuano ad affermarsi con un alto grado di popolarità. Le vendite della BMW X1 sono cresciute del 26,4% a 126.429 unità (2010: 99.990 unità), mentre la BMW X3 ha più che raddoppiato il suo volume di vendite, portandolo a 117.944 unità (2010: 46.004 unità). Le vendite della BMW X5 sono aumentate del 2,6% a 104.827 unità (2010: 102.178 unità), permettendo a questo modello di grandissimo successo di rimanere leader del mercato nel segmento premium degli Sport Activity Vehicles.

Anche il marchio MINI è stato in grado di raggiungere nuovi elevati volumi di vendite nel 2011. In totale, sono state vendute 285.060 MINI (2010: 234.175 unità), il 21,7% in più rispetto all'anno precedente. La MINI Countryman si è comportata particolarmente bene, con le vendite cresciute più di sei volte a 89.036 unità (2010: 14.337 unità). La MINI Coupé è stata lanciata a settembre 2011 come quinto modello della famiglia MINI, registrando un volume di vendite di 3.799 unità a fine anno.

La Rolls-Royce Motor Cars ha continuato la sua buona performance nel 2011, facendo registrare il miglior volume di vendite dei suoi 107 anni di storia, con 3.538 automobili consegnate ai clienti (2010: 2.711 unità; +30,5%).

Il BMW Group è stato in grado di aumentare i volumi di vendite in quasi tutti i mercati nel corso dello scorso anno. In Europa, il numero di auto vendute è salito dell'8,5% a 858.383 unità. Le nuove immatricolazioni in Germania sono cresciute del 6,8% a 285.257 unità. Aumenti sono stati registrati anche in Gran Bretagna (167.456 unità; +8,2%), in Italia (72.521 unità; +4,9%) e in Francia (70.442 unità; +8,6%). Il volume di vendite in Nord America è aumentato del 14,4% a 341.345 unità; il dato include le 306.349 unità vendute negli Stati Uniti (+14,9%).

Nel 2011 il BMW Group ha fatto registrare una crescita significativa in Asia, con il volume di vendite in aumento del 31,1% a 375.452 unità. Le vendite in Cina sono aumentate del 37,7% con 233.630 unità ed in Giappone del 9,2% con 47.663 unità.

EBIT di 45 milioni di euro per la Divisione Moto nel 2011

La Divisione Moto ha fatto registrare una buona performance nonostante le condizioni di mercato insistentemente sfavorevoli. Il numero totale di moto vendute in tutto il mondo è aumentato del 3,1% a 113.572 unità (2010: 110.113 unità). Nel 2011 BMW Motorrad è stata in grado di aumentare il volume di vendite portandolo al nuovo livello record di 104.286 unità (2010: 98.047; +6,4%). La performance di Husqvarna, in termini di vendite, è stata influenzata da diversi fattori, in particolare dalle condizioni sfavorevoli nel mercato delle moto fuoristrada (9.286 unità / 2010: 12.066; -23,0%).

Il fatturato della Divisione è cresciuto del 10,1% a 1.436 milioni di euro (2010: 1.304 milioni di euro), grazie all'aumento del volume di vendite. Come conseguenza della ristrutturazione di Husqvarna, l'EBIT è diminuito scendendo a 45 milioni di euro (2010: 71 milioni di euro) ed il profitto lordo a 41 milioni di euro (2010: 65 milioni di euro).

Una performance eccellente per la Divisione Servizi Finanziari

Anche la Divisione Servizi Finanziari ha fatto registrare un'ottima performance nel 2011, traendo beneficio dal suo portafoglio prodotti davvero interessante, dalle favorevoli condizioni di rifinanziamento e da una migliore situazione di rischio. Il fatturato della Divisione è aumentato del 5,4% a 17.510 milioni di euro (2010: 16.617 milioni di euro). Il profitto lordo è cresciuto del 47,4% a 1.790 milioni di euro (2010: 1.214 milioni di euro).

Al 31 dicembre 2011, la Divisione Servizi Finanziari gestiva un portafoglio di 3.592.093 contratti di leasing e di finanziamento al credito, il 12,6% in più rispetto ad un anno prima. Il numero di nuovi contratti di leasing e di finanziamento al credito sottoscritti (1.196.610) è stato del 10,5% in più rispetto all'anno precedente. Il volume delle nuove attività è stato maggiore nei confronti dell'anno precedente, sia per quanto riguarda il finanziamento al credito (+4,6%) sia per il leasing (+25,0%).

La percentuale di nuovi veicoli del BMW Group finanziati o ceduti in leasing dalla Divisione Servizi Finanziari è stata pari al 41,1%, 7,1 punti percentuali in meno rispetto all'anno precedente. La diminuzione è dovuta principalmente al fatto che, per la prima volta, vengono inclusi i dati per il mercato cinese; infatti, la percentuale di veicoli finanziati o ceduti in leasing in Cina è significativamente più bassa rispetto alla media degli altri mercati automobilistici.

Forte aumento nella forza lavoro nel 2011

Durante lo scorso anno il numero di dipendenti è aumentato significativamente. Alla fine del 2011, la forza lavoro globale del Gruppo contava 100.306 dipendenti, pari ad un incremento del 5,1% (31 dicembre 2010: 95.453 dipendenti). Uno dei motivi alla base di questa crescita è stata l'acquisizione dell'ING Car Lease Group. Inoltre, sono stati assunti lavoratori specializzati per tenere il passo con la forte domanda di veicoli BMW e per portare avanti lo sviluppo di nuove tecnologie.

Inoltre, sono stati assunti più apprendisti per rispondere alla domanda di lavoratori specializzati del BMW Group, in Germania come all'estero. Il numero di apprendisti è aumentato del 2,7% nel corso dell'anno, per arrivare a 3.899 unità al 31 dicembre 2011.

* * *

Il Gruppo BMW in cifre

		2011	2010	Variazione in %
Consegne ai clienti				
Auto		1.668.982	1.461.166	14,2
Di cui:				
BMW	unità	1.380.384	1.224.280	12,8
MINI	unità	285.060	234.175	21,7
Rolls-Royce	unità	3.538	2.711	30,5
Moto	unità	113.572	110.113	3,1
Di cui:				
BMW	unità	104.286	98.047	6,4
Husqvarna	unità	9.286	12.066	-23,0
Forza lavoro a fine anno¹				
		100.306	95.453	5,1
Fatturato				
		68.821	60.477	13,8
Di cui:				
Auto	€ milioni	63.229	54.137	16,8
Moto	€ milioni	1.436	1.304	10,1
Servizi Finanziari	€ milioni	17.510	16.617	5,4
Investimenti	€ milioni	3.692	3.263	13,1
Cash flow operativo²	€ milioni	7.077	8.149	-13,2
Utile prima del risultato finanziario²				
	€ milioni	8.018	5.111	56,9
Di cui:				
Auto ⁴	€ milioni	7.477	4.355	71,7
Moto	€ milioni	45	71	-36,6
Servizi Finanziari ⁵	€ milioni	1.763	1.201	46,8
Utile lordo²				
	€ milioni	7.383	4.853	52,1
Di cui:				
Auto	€ milioni	6.823	3.887	75,5
Moto	€ milioni	41	65	-36,9
Servizi Finanziari	€ milioni	1.790	1.214	47,4
Imposte sul reddito²				
	€ milioni	-2.476	-1.610	53,8
Utile netto²	€ milioni	4.907	3.243	51,3
Guadagni per azione^{3/2}	€ milioni	7,45/7,47	4,93/4,95	-
Dividendo per azione ordinaria/ azione privilegiata	€ milioni	2,30/2,32	1,30/1,32	-

¹ I dati non comprendono i contratti d'impiego inattivi, i dipendenti a tempo pieno e part-time in fase di pre-pensionamento e i lavoratori a basso salario.

² I dati del 2010 sono stati aggiornati alla luce del cambiamento introdotto nella contabilità per quanto riguarda i prodotti ceduti in leasing.

³ Utili ripartiti per ogni azione ordinaria e per ogni azione privilegiata.

⁴ Comprende l'effetto una tantum di 85 milioni dovuto alla correzione degli accantonamenti sul valore residuo.

⁵ Comprende l'effetto una tantum di 439 milioni di euro dovuto alla correzione degli accantonamenti sul valore residuo e dei rischi relativi al credito.

Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia
Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Email: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles 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 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 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 sette anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>