

Comunicato Stampa N. 061/12

San Donato Milanese, 3 maggio 2012

Il BMW Group fa registrare cifre record per il primo trimestre

La migliore performance per il primo trimestre nella storia dell'azienda.

Il profitto prima del risultato finanziario sale a 2,13 miliardi di euro.

Il profitto lordo cresce a 2,07 miliardi di euro.

L'EBIT della Divisione Auto arriva a 1,87 miliardi di euro.

Confermati gli obiettivi per l'esercizio 2012

Monaco. Il BMW Group ha messo a segno un ottimo inizio del nuovo esercizio. "Abbiamo fatto registrare le migliori cifre di sempre per il primo trimestre, sia per volumi di vendita, sia per fatturato e guadagni, nella storia del BMW Group", ha detto giovedì a Monaco Norbert Reithofer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG. I motivi principali per questa performance positiva sono rappresentati dalla forte domanda in tutto il mondo per gli eccezionali veicoli del BMW Group, dalla solidità dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, nonché dai miglioramenti in termini di efficienza.

Il fatturato di Gruppo del primo trimestre è cresciuto del 14,1% a 18.293 milioni di euro (I trim. 2011: 16.037 milioni). Il profitto prima del risultato finanziario (EBIT) è aumentato del 18,8% a 2.132 milioni di euro (1° trim. 2011: 1.795 milioni), mentre il profitto lordo (EBT) è cresciuto del 21,8% a 2.076 milioni (1° trim. 2011: 1.705 milioni). Il profitto netto del Gruppo è cresciuto del 18,1% ed ha raggiunto i 1.349 milioni di euro (1° trim. 2011: 1.142 milioni).

Margine EBIT del primo trimestre dell'11,6% per la Divisione Auto

Il numero di veicoli venduti dal BMW Group durante il primo trimestre 2012 è cresciuto dell'11,2%, raggiungendo le 425.528 unità (1° trim. 2011: 382.758), con tutti e tre i marchi – BMW, MINI e Rolls-Royce – che hanno fatto registrare nuovi record di vendite.

Il fatturato ed i guadagni nella Divisione Auto sono aumentati di conseguenza: il fatturato della divisione è cresciuto del 12,4% a 16.159 milioni di euro (I trim. 2011: 14.373 milioni). L'EBIT è aumentato del 10,0%, raggiungendo 1.878 milioni di euro (I trim. 2011: 1.708 milioni), portando ad un margine EBIT per la Divisione Auto dell'11,6%. Il profitto lordo è cresciuto, raggiungendo 1.820 milioni di euro (I trim. 2011: 1.605 milioni; +13,4%). Questa forte performance ha permesso alla Divisione Auto di generare un flusso di cassa libero di 1.635 milioni di euro durante il primo trimestre (I trim. 2011: 1.624 milioni).

Il marchio BMW ha fatto registrare una crescita in tutto il mondo dell'11,0% nel primo trimestre, con la vendita di 356.548 unità (I trim. 2011: 321.175). Una crescita marcata è stata registrata per la nuova BMW Serie 1, le cui vendite sono aumentate del 20,2% a 54.160 unità (I trim. 2011: 45.075). Anche la nuova BMW Serie 3 Berlina, sul mercato da febbraio, è partita bene con le vendite del primo trimestre cresciute del 13,6%. Il numero totale di veicoli BMW Serie 3 consegnati ai clienti durante il periodo in esame è aumentato del 3,9%, raggiungendo le 91.189 unità (I trim. 2011: 87.762).

Le vendite della nuova BMW Serie 6 hanno raggiunto le 4.651 unità (I trim. 2011: 789). La BMW Serie 6 Gran Coupé, la prima Coupé quattro porte nella storia del marchio, sarà disponibile a giugno e darà un'ulteriore spinta alle vendite. La BMW Serie 7 ha fatto

registrare un volume di vendite nel primo trimestre di 17.786 unità (I trim. 2011: 14.817), pari ad un incremento del 20,0%.

I vari modelli della Serie X continuano a comportarsi bene. Le vendite del primo trimestre della BMW X1 sono cresciute dell'8,4% a 29.532 unità (I trim. 2011: 27.238). La nuova BMW X3 ha fatto registrare una forte crescita, con vendite in tutto il mondo aumentate del 55,3% a 35.248 unità (I trim. 2011: 22.693). La BMW X5 ha mantenuto la sua posizione di leader del segmento grazie ad un aumento del 14,7% nelle vendite, con 26.563 unità (I trim. 2011: 23.149). Le vendite della BMW X6 durante questo periodo sono cresciute del 13,7%, raggiungendo le 11.048 unità (I trim. 2011: 9.715).

Anche il marchio MINI ha fatto registrare un nuovo record in termini di volumi, con le vendite cresciute nel primo trimestre del 12,1% a 68.210 unità (1° trim. 2011: 60.860). Il lancio di nuovi modelli ha dato una spinta alle performance della vendite MINI; per esempio, la MINI Coupé è stata consegnata a 3.029 clienti durante i tre mesi, mentre la Roadster – lanciata per la prima volta nel marzo 2012 – ha già fatto registrare 980 clienti alla fine del trimestre. Le vendite della MINI Countryman sono cresciute in maniera rilevante del 36,8% a 22.001 unità (I trim. 2011: 16.078). Il marchio MINI continua a generare un mix di prodotti di altissimo valore: durante il trimestre in esame, il 19,6% dei clienti ha optato per la MINI One, il 44,3% per la MINI Cooper ed il 36,1% per la MINI Cooper S.

La storia di successo della Rolls-Royce Motor Cars nell'ambito del segmento super lusso è continuata, con il marchio che ha fatto registrare la sua migliore performance di sempre con 770 di unità vendute (I trim. 2011: 723; +6,5%). La Rolls-Royce Phantom Serie II è stata presentata al Salone dell'Auto di Ginevra all'inizio di marzo e verrà lanciata sul mercato durante la seconda metà dell'anno.

Il BMW Group ha aumentato i volumi di vendita del primo trimestre in quasi tutti i mercati del mondo. Le vendite in Europa sono cresciute dello 0,5% a 201.063 unità. Nuovi record nei volumi di vendita sono stati registrati sia in Nord America sia in Asia. In totale, sono state consegnate ai clienti nordamericani 83.177 veicoli durante il periodo in esame, il 16,7% in più rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno. Le vendite negli USA sono cresciute del 16,5% a 75.931 unità.

Il BMW Group ha continuato a far registrare una forte crescita in Asia, vendendo durante il periodo da gennaio a marzo 118.880 unità (+31,9%). Un totale di 80.218 unità (+36,6%) è stato venduto in Cina. In Giappone, il numero di vetture vendute è aumentato del 44,4% a 13.994 unità.

Maggiori volumi di vendite, fatturato e guadagni per la Divisione Moto

Anche nella Divisione Moto, i volumi di vendite, di fatturato e di guadagni nel primo trimestre sono stati maggiori rispetto all'anno precedente. Il fatturato della Divisione è aumentato del 12,8% a 448 milioni di euro (I trim. 2011: 397 milioni). L'EBIT è migliorato del 19,4%, raggiungendo i 37 milioni di euro (1° trim. 2011: 31 milioni) ed il profitto lordo del 23,3%, con 37 milioni di euro (1° trim. 2011: 30 milioni). Le vendite di moto nel primo trimestre sono cresciute del 7,8%, raggiungendo 27.015 unità (1° trim. 2011: 25.049). Questa cifra comprende 24.373 moto del marchio BMW (1° trim. 2011: 23.109; +5,5%), la migliore performance di vendite nel primo trimestre nella storia dell'azienda. Le vendite delle moto Husqvarna sono cresciute del 36,2% a 2.642 unità (1° trim. 2011: 1.940).

Primo trimestre positivo per la Divisione Servizi Finanziari

Anche la Divisione Servizi Finanziari ha iniziato bene l'anno. Il fatturato della Divisione hanno raggiunto i 4.800 milioni di euro (1° trim. 2011: 4.183 milioni), il 14,8% in più rispetto al primo trimestre dell'anno passato. Il profitto lordo è aumentato del 1,2% a 434 milioni di euro (I trim. 2011: 429 milioni).

Il numero di contratti di leasing e di finanziamento in atto con i concessionari ed i singoli clienti alla fine del periodo in esame è cresciuto del 12,8% a 3.646.111 contratti. Questa cifra comprende 260.038 contratti dell'ING Car Lease (ICL) Group, che è stato acquisito nel 2011. Il numero di nuovi contratti di finanziamento e di leasing firmati nel periodo da gennaio a marzo è cresciuto del 10,5% a 305.984 contratti, di cui 22.367 attribuibile all'ICL Group. Le attività di leasing sono cresciute del 24,9%, mentre quelle di finanziamento del credito del 4,3%.

Aumentata la forza lavoro

Anche la forza lavoro del BMW Group è aumentata nel periodo terminato il 31 marzo 2012. Il numero di dipendenti in tutto il mondo è cresciuto del 5,4% a 101.260 unità alla fine del periodo in esame (I trim. 2011: 96.045). Uno dei motivi all'origine dell'incremento è da attribuire all'acquisizione dell'ICL Group. Inoltre, si continua a reclutare operai specializzati ed ingegneri per tenere il passo con la domanda sempre forte per veicoli del BMW Group, per promuovere le innovazioni e per concentrarsi sullo sviluppo di nuove tecnologie.

Il BMW Group riafferma gli obiettivi per l'intero anno

Alla luce delle cifre di vendite record nel primo trimestre, delle ordinazioni già arrivate, della gamma di modelli freschi ed attraenti, nonché del lancio con successo della nuova BMW Serie 3 Berlina, il BMW Group è fiducioso per quanto riguarda le sue prospettive per l'anno in corso. Gli obiettivi fissati per l'intero anno rimangono fermi: "Puntiamo sempre ad ottenere nuovi record di vendite e di guadagni lordi nel 2012", ha detto Reithofer. "Il BMW Group intende crescere più velocemente del mercato nel suo insieme nel corso dell'anno e prevede di stabilire nuovi record di volumi di vendite per i suoi marchi BMW, MINI e Rolls-Royce".

Il BMW Group continua a mirare ad un margine EBIT dell'8/10% nella Divisione Auto. Purché il clima economico mondiale non peggiori, il BMW Group prevede un margine EBIT per il 2012 più vicino al 10%. Gli investimenti in nuove tecnologie e l'ampliamento della rete di produzione porteranno a spese maggiori per l'esercizio 2012.

La Divisione Servizi Finanziari continua a puntare ad un ritorno sul capitale di almeno il 18% per la Divisione durante l'esercizio 2012. Le previsioni per l'anno in corso sono basate sull'ipotesi che le condizioni economiche globali rimangano stabili.

Con la sua Strategia Number ONE, il BMW Group ha gettato le basi per un futuro di successo. Questo viene riflesso anche nell'andamento positivo dei volumi di vendite, del fatturato e dei guadagni. Una crescita redditizia sarà ottenuta con il lancio di nuovi prodotti in tutti i segmenti e con una forte presenza nei nuovi mercati. Il BMW Group punta ad un volume di vendite mondiale di oltre due milioni di veicoli entro il 2016.

Il BMW Group in cifre

	1° Trimestre 2012	1° Trimestre 2011*	Variazione in %
Consegne ai clienti			
Automobili	425.528	382.758	11,2
Dei quali:			
BMW	356.548	321.175	11,0
MINI	68.210	60.860	12,1
Rolls-Royce	770	723	6,5
Motociclette	27.015	25.049	7,8
Di cui:			
BMW	24.373	23.109	5,5
Husqvarna	2.642	1.940	36,2
Forza lavoro nel primo trimestre¹	101.260	96.045	5,4
Fatturato	18.293	16.037	14,1
Di cui:			
Automobili	16.159	14.373	12,4
Motociclette	448	397	12,8
Servizi Finanziari	4.800	4.183	14,8
Other entities	1	1	-
Eliminations mil. Euro	-3.115	-2.917	-6,8
Cash Flow operativo² mil. Euro	2.293	2.076	10,5
Utile prima del risultato finanziario	2.132	1.795	18,8
Di cui:			
Automobili	1.878	1.708	10,0
Motociclette	37	31	19,4
Servizi Finanziari	426	403	5,7
Other entities	13	17	-23,5
Eliminations mil. Euro	-222	-364	39,0
Utile lordo	2.076	1.705	21,8
Dei quali:			
Automobili	1.820	1.605	13,4
Motociclette	37	30	23,3
Servizi Finanziari	434	429	1,2
Other entities	-21	-24	12,5
Eliminations mil. Euro	-194	-335	42,1
Utile lordo	-727	-563	-29,1
Utile netto	1.349	1.142	18,1
Guadagni per azione³	2,05/2,05	1,73-1,73	18,5-18,5

* I dati del 1° trimestre 2011 sono stati aggiornati alla luce del cambiamento introdotto nella contabilità per quanto riguarda i prodotti ceduti in leasing.

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 Divisione Auto.

³ Utile azione per azione ordinaria/privilegiata.

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)

Il 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>