

Comunicato Stampa N. 139/12

San Donato Milanese, 6 novembre 2012

Il BMW Group fa registrare un ottimo terzo trimestre

Nuovi record per volumi di vendita, fatturato e guadagni

Il fatturato del Gruppo cresce del 13,7% a 18,8 miliardi di euro

Il profitto lordo aumenta del 17,6%, a 1,99 miliardi di euro

Il profitto del Gruppo è cresciuto del 16,0% a 1,29 miliardi di euro

Il BMW Group conferma i suoi obiettivi per il 2012

Monaco. Il BMW Group ha continuato a far registrare buone performance durante il periodo in esame, nonostante le difficili condizioni del mercato. I volumi di vendita, il fatturato e i guadagni hanno stabilito nuovi record per il terzo trimestre. Il fatturato durante i tre mesi da luglio a settembre è cresciuto del 13,7% a 18.817 milioni di euro (2011: 16.547 milioni). Il profitto prima del risultato finanziario (EBIT) è aumentato del 13,8% a 2.004 milioni di euro (2011: 1.761 milioni). Il profitto lordo (EBT) per il terzo trimestre è aumentato del 17,6%, raggiungendo i 1.987 milioni di euro (2011: 1.689 milioni). Il profitto netto per il periodo è risultato del 16,0% maggiore, con 1.289 milioni di euro (2011: 1.111 milioni). In totale, il numero di veicoli dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce consegnati ai clienti durante il terzo trimestre è cresciuto del 9,0% a 434.963 unità (2011: 399.218).

Il fatturato per i primi nove mesi dell'anno è aumentato dell'11,6% a 56.312 milioni di euro (2011: 50.472 milioni). L'EBIT per il periodo è migliorato, raggiungendo i 6.406 milioni di euro (2011: 6.358 milioni; +0,8%), pari ad un margine EBIT dell'11,4%. I profitti lordi per i primi nove mesi sono ammontati a 6.040 milioni di euro, una cifra quasi identica a quella già alta dello scorso anno (2011: 6.044 milioni). Adeguato per tener conto di voci eccezionali relative all'anno corrente e a quello scorso, i guadagni del Gruppo sarebbero cresciuti di circa il 7,2%.

Il profitto netto per il periodo da gennaio a settembre è ammontato a 3.915 milioni di euro (2011: 4.028 milioni). Il numero totale di veicoli dei marchi BMW, MINI e Rolls-Royce consegnati ai clienti entro la fine di settembre è cresciuto dell'8,3% ad un nuovo livello record di 1.335.502 unità (2011: 1.232.584).

Abbiamo fatto registrare buoni risultati per il terzo trimestre – ha dichiarato martedì a Monaco il Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, Norbert Reithofer – stabilendo nuovi record in termini di volumi di vendita, fatturato e guadagni, nonostante il mercato molto difficile. Prevediamo un'ulteriore crescita nel volume di vendite nel quarto trimestre, anche se è evidente che noi, come tutto il settore nel suo insieme, dovremo probabilmente affrontare condizioni piuttosto negative”.

Buona performance della Divisione Auto

Il fatturato della Divisione Auto è aumentato del 12,0% nel terzo trimestre, raggiungendo i 17.187 milioni di euro (2011: 15.344 milioni). L'EBIT è ammontato a 1.649 milioni di euro (2011: 1.819 milioni), portando ad un margine EBIT del 9,6%. Il profitto lordo si è assestato a 1.703 milioni di euro (2011: 1.745 milioni).

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

L'aumento dei volumi di vendita registrato nel terzo trimestre ha avuto un impatto positivo sui guadagni fatti registrare per il periodo. Allo stesso tempo le cifre riflettono anche altri fattori, come una maggiore spesa per i costi di sviluppo e per le nuove tecnologie, nonché per affrontare una concorrenza accanita.

Nei primi nove mesi dell'anno, il fatturato è cresciuto del 9,3% a 50.712 milioni di euro (2011: 46.391 milioni). L'EBIT è stato di 5.548 milioni di euro (2011: 5.935 milioni), portando ad un margine EBIT per la Divisione Auto del 10,9%. Il profitto lordo per i primi nove mesi dell'anno è stato di 5.274 milioni di euro (2011: 5.647 milioni), mentre il flusso di cassa libero per il periodo gennaio-settembre nella Divisione Auto è ammontato a 3.840 milioni di euro.

Le vendite in tutto il mondo delle auto del marchio BMW sono cresciute dell'8,6% nei primi nove mesi dell'anno, raggiungendo un nuovo record di 1.109.962 unità (2011: 1.021.927), sottolineando la posizione di leader mondiale del marchio nel segmento premium. BMW è stata non soltanto leader in termini di volumi di vendita, ma si è anche classificata al primo posto in termini di valore del marchio (secondo l'istituto di ricerche di mercato Millward Brown, BMW è il brand di maggiore valore in tutto il mondo nel settore automobilistico) e di soddisfazione della clientela (secondo l'ADAC in Germania, BMW è il marchio che vanta il maggior numero di clienti soddisfatti).

La BMW Serie 1, la BMW X1, la BMW Serie 5 e la BMW Serie 6 sono tutte rimaste leader del mercato nei propri segmenti. Le vendite della BMW Serie 1 nei nove mesi da gennaio a settembre sono cresciute del 30,5% a 168.426 unità (2011: 129.041). Il volume di vendite fatto registrare per la BMW Serie 3 Berlina è aumentato del 15,5% a 207.365 unità (2011: 179.506). La nuova BMW Serie 3 Touring, disponibile dalla fine di settembre, dovrebbe dare un'ulteriore spinta alle vendite nell'ultimo trimestre dell'anno.

Anche la BMW Serie 5 continua a far registrare una buona performance, con le vendite aumentate del 5,3% per i primi nove mesi, raggiungendo le 263.738 unità (2011: 250.566). Le vendite della nuova BMW Serie 6 sono più che triplicate nello stesso periodo a 16.607 unità (2011: 5.314).

I vari modelli della famiglia BMW X continuano a godere di un alto livello di popolarità. Le vendite della BMW X1 sono aumentate dell'8,7% a 102.519 unità (2011: 94.294), mentre quelle della BMW X3 sono cresciute del 28,7% a 107.833 unità (2011: 83.754). La BMW X5 e la BMW X6 hanno visto aumentare il volume di vendite del 2,2% e dello 0,4% rispettivamente, raggiungendo le 76.725 unità (2011: 75.055) e le 31.497 unità (2011: 31.357).

Il numero totale di veicoli del marchio MINI venduti nei primi nove mesi dell'anno è aumentato del 7,2% a 223.214 unità (2011: 208.216). Le vendite della MINI Countryman sono di nuovo cresciute fortemente, aumentando del 21,2% a 75.119 unità (2011: 61.986). La MINI Coupé ha fatto registrare un volume di vendite di 8.877 unità (2011: 249), mentre le chiavi della MINI Roadster sono state consegnate a 6.932 nuovi clienti.

La Rolls-Royce continua a far registrare buoni risultati nel segmento delle super-lusso. Con 2.326 unità vendute in tutto il mondo durante il periodo da gennaio a settembre (2011: 2.441; -4,7%), il volume di vendite per i nove mesi è rimasto ad un elevato livello simile a quello dello scorso anno. La nuova Rolls-Royce Phantom Series II, in vendita da settembre, dovrebbe dare una spinta alle vendite durante l'ultimo trimestre.

Crescita del volume di vendite in Nord America ed in Asia, con un aumento più contenuto in Europa.

Le vendite nei primi nove mesi dell'anno sono aumentate in quasi tutte le regioni nelle quali il BMW Group è presente. Nonostante le condizioni di mercato molto sfavorevoli in alcune parti dell'Europa, particolarmente nei paesi meridionali, il volume di vendite è aumentato complessivamente dello 0,8% a 640.207 unità. In Nord America, il numero di auto vendute è aumentato del 7,4% a 264.207 unità, comprese 235.487 unità (+7,1%) vendute negli Stati Uniti.

Il BMW Group ha continuato a crescere anche in Asia, vendendo 359.103 unità (+27,1%) durante il periodo da gennaio a settembre. Le vendite in Cina durante i primi tre trimestri sono aumentate del 33,3% a 237.650 unità. In Giappone, il numero di vetture vendute è cresciuto del 21,5% a 42.038 unità. Il BMW Group cerca di mantenere un giusto equilibrio nei volumi di vendite tra Europa, Nord America e Asia, in modo da non dipendere eccessivamente da un singolo mercato.

Le vendite della Divisione Moto allo stesso livello dello scorso anno

La Divisione Moto è riuscita a mantenere i volumi di vendita allo stesso livello dello scorso anno, con 28.876 unità (2011: 28.862) durante il terzo trimestre, nonostante il crollo in alcuni dei mercati mondiali. Il fatturato della Divisione è stato del 7,2% maggiore dell'anno scorso con 358 milioni di euro (2011: 334 milioni). Una perdita di 3 milioni di euro (2011: perdita di 16 milioni) è stata fatta registrare a livello EBIT, mentre la perdita lorda è ammontata a 4 milioni di euro (2011: perdita di 17 milioni).

I volumi di vendita per i primi nove mesi dell'anno sono aumentati dello 0,4% a 93.300 unità (2011: 92.972). Il fatturato è cresciuto del 3,0% a 1.216 milioni di euro (2011: 1.181 milioni). L'EBIT per i nove mesi è migliorato del 32,3% a 82 milioni di euro (2011: 62 milioni) ed il profitto lordo del 33,3% a 80 milioni (2011: 60 milioni).

La Divisione Servizi Finanziari continua la sua performance positiva

La Divisione Servizi Finanziari ha continuato a far registrare una buona performance nel terzo trimestre del 2012, con il fatturato aumentato del 15,0% a 4.916 milioni di euro (4.276 milioni) e profitti lordi cresciuti del 20,1% a 425 milioni di euro (2011: 354 milioni).

Il fatturato della Divisione nei primi nove mesi dell'anno è cresciuto del 15,4% a 14.582 milioni di euro (2011: 12.640 milioni). Il profitto lordo della Divisione per il periodo in esame è ammontato a 1.290 milioni di euro (2011: 1.527 milioni; -15,5%).

Il numero di contratti di leasing e di finanziamento in atto con concessionari e con i clienti finali al 30 settembre 2012 è cresciuto del 5,4% arrivando ad un totale di 3.745.760. Il numero di nuovi contratti di leasing e di finanziamento firmati tra gennaio e settembre è aumentato del 10,9% a 979.322.

Aumentata la forza lavoro

La forza lavoro del BMW Group è aumentata durante il periodo terminato il 30 settembre 2012. Nel periodo di riferimento il numero di dipendenti in tutto il mondo è cresciuto del 4,3% a 104.668 unità (30 settembre 2011: 100.389 dipendenti). Il BMW Group continua a reclutare ingegneri e lavoratori specializzati per rispondere alla crescente e costante domanda di veicoli del BMW Group, per portare avanti le innovazioni e per sviluppare nuove tecnologie.

1.376 giovani, di cui 1.200 in Germania, hanno iniziato il loro training on the job presso il BMW Group all'inizio del nuovo periodo annuale di apprendistato. Il numero di apprendisti in Germania è quindi aumentato di oltre il 10%.

Il BMW Group conferma gli obiettivi per il 2012

Il BMW Group resta fedele ai suoi obiettivi per il 2012. “Siamo sulla buona strada per ottenere nuove cifre record in termini di volumi di vendita e di guadagno lordi nel 2012”, ha dichiarato Reithofer. Le condizioni dei mercati automobilistici internazionali, tuttavia, pongono tutta una serie di sfide per il BMW Group. “Come ogni operatore del settore – ha continuato Reithofer – anche noi stiamo iniziando ora a sentire un po’ di vento contrario”.

Lo sviluppo di nuove tecnologie e investimenti nella rete produttiva porteranno ad una maggior spesa per la Divisione Auto durante l'esercizio 2012. Un clima di mercato in peggioramento potrebbe anche avere un impatto percettibile sulle attività del Gruppo. Nonostante queste incognite, il BMW Group continua a puntare su un margine EBIT compreso tra l'8% ed il 10% per la Divisione Auto. Purché il clima economico globale non peggiori ulteriormente, il BMW Group prevede un margine EBIT per il 2012 di poco inferiore al 10%.

La Divisione Servizi Finanziari continua a puntare ad un ROE di almeno il 18% per l'esercizio 2012.

Le previsioni per l'anno corrente si basano sul presupposto che le condizioni economiche mondiali non peggiorino drasticamente.

Il BMW Group intende raggiungere un margine EBIT sostenibile tra l'8% ed il 10% nel 2012 ed oltre. Tuttavia, a seconda degli sviluppi politici ed economici, i margini effettivi potrebbero risultare al di sopra o al di sotto di quelli fissati dall'azienda.

* * *

L'Interim Report del BMW Group a tutto il 30 settembre 2012 è disponibile a http://www.bmwgroup.com/bmwgroup_prod/ir/quarterlyreport

Il BMW Group in cifre

		3° Trimestre 2012	3° Trimestre 2011*	Variazione in %
Consegne ai clienti				
Automobili		434.963	399.218	9,0
Dei quali:				
BMW		362.898	332.066	9,3
MINI		71.339	66.303	7,6
Rolls-Royce		726	849	-14,5
Motociclette		28.876	28.862	-
Di cui:				
BMW		26.755	26.312	1,7
Husqvarna		2.121	2.550	-16,8
Forza lavoro¹		104.668	100.389	4,3
Cash Flow operativo²	mil. Euro	2.635	1.701	54,9
Fatturato	mil. Euro	18.817	16.547	13,7
Di cui:				
Automobili	mil. Euro	17.187	15.344	12,0
Motociclette	mil. Euro	358	334	7,2
Servizi Finanziari	mil. Euro	4.916	4.276	15,0
Other entities	mil. Euro	1	1	-
Eliminations	mil. Euro	-3.645	-3.408	-7,0
Utile prima del risultato finanziario	mil. Euro	2.004	1.761	13,8
Di cui:				
Automobili	mil. Euro	1.649	1.819	-9,3
Motociclette	mil. Euro	-3	-16	81,3
Servizi Finanziari	mil. Euro	424	364	16,5
Other entities	mil. Euro	17	-153	-
Eliminations	mil. Euro	-83	-253	67,2
Utile lordo	mil. Euro	1.987	1.689	17,6
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	1.703	1.745	-2,4
Motociclette	mil. Euro	-4	-17	76,5
Servizi Finanziar	mil. Euro	425	354	20,1
Other entities	mil. Euro	-39	-187	79,1
Eliminations	mil. Euro	-98	-206	52,4
Utile lordo	mil. Euro	-698	-578	-20,8
Utile netto	mil. Euro	1.289	1.111	16,0
Guadagni per azione³	Euro	1,95/1,95	1,69-1,69	15,4-15,4

*I dati del 1° trimestre 2011 sono stati aggiornati.

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.

		1 gennaio- 30 settembre 2012	1 gennaio- 30 settembre 2011*	Variazione in %
Consegne ai clienti				
Automobili		1.335.502	1.232.584	8,3
Dei quali:				
BMW		1.109.962	1.021.927	8,6
MINI		223.214	208.216	7,2
Rolls-Royce		2.326	2.441	-4,7
Motociclette		93.300	92.972	0,4
Di cui:				
BMW		85.944	86.892	-1,1
Husqvarna		7.356	6.080	21,0
Forza lavoro¹		104.668	100.389	4,3
Cash Flow operativo²	mil. Euro	6.768	6.787	-0,3
Fatturato	mil. Euro	56.312	50.472	11,6
Di cui:				
Automobili	mil. Euro	50.712	46.391	9,3
Motociclette	mil. Euro	1.216	1.181	3,0
Servizi Finanziari	mil. Euro	14.582	12.640	15,4
Other entities	mil. Euro	4	3	33,3
Eliminations	mil. Euro	-10.202	-9.743	-4,7
Utile prima del risultato finanziario	mil. Euro	6.406	6.358	0,8
Di cui:				
Automobili	mil. Euro	5.548	5.935	-6,5
Motociclette	mil. Euro	82	62	32,3
Servizi Finanziari	mil. Euro	1.291	1.506	-14,3
Other entities	mil. Euro	44	-115	-
Eliminations	mil. Euro	-559	-1.030	-45,7
Utile lordo	mil. Euro	6.040	6.044	-0,1
Dei quali:				
Automobili	mil. Euro	5.274	5.647	-6,6
Motociclette	mil. Euro	80	60	33,3
Servizi Finanziari	mil. Euro	1.290	1.527	-15,5
Other entities	mil. Euro	-74	-270	72,6
Eliminations	mil. Euro	-530	-920	42,4
Utile lordo	mil. Euro	-2.125	-2.016	-5,4
Utile netto	mil. Euro	3.915	4.028	-2,8
Guadagni per azione³	Euro	5,94-5,95	6,12/6,13	-2,9/-2,9

*I dati del 1° trimestre 2011 sono stati aggiornati.

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.

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 otto 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>