



Informação à Imprensa

02 de Janeiro de 2015

BMW Group – O melhor ano de sempre em Portugal

No ano em que o BMW Group Portugal celebra uma década de sucesso, o BMW Group vendeu no mercado 12.961 unidades, entre automóveis BMW e MINI e motociclos BMW, o que corresponde a um crescimento de 35% face ao ano anterior e representa o melhor ano de sempre para o BMW Group em Portugal.

O mercado automóvel registou um crescimento significativo de 35%, uma tendência observada pelo segundo ano consecutivo após vários anos em queda e que corresponde a um mercado total de 142.827 unidades.

O mercado de motociclos registou igualmente um crescimento na ordem dos 4% em relação ao ano anterior o que corresponde de um mercado total de cerca de 18.700 unidades.

BMW – O melhor ano de sempre em Portugal, com a liderança do segmento premium pelo 10º ano consecutivo

O ano de 2014 foi, à semelhança dos anos anteriores, um excelente ano para a BMW. Com 10.617 vendas, a marca cresceu 39% face a 2013 e registou o melhor resultado de sempre em Portugal, tendo atingido uma quota de mercado igualmente recorde de 7,4%, o que corresponde a um crescimento de 0,2 pontos percentuais face a 2013.

Pelo 3º ano consecutivo a BMW reafirma a 4ª posição no ranking das marcas de automóveis ligeiros de passageiros mais vendidos em Portugal e manteve a liderança do segmento Premium pelo 10º ano consecutivo.

Este resultado teve o grande contributo das séries mais vendidas, nomeadamente o BMW Série 1 com 3.458 unidades, o BMW Série 3 com 3.135 unidades e o BMW Série 5 com 1.523 unidades. A gama BMW X cresceu 24% face a 2013, tendo registado 1.022 unidades vendidas em 2014.

A recente submarca BMW i completou recentemente o seu primeiro ano no mercado, tendo registado 85 unidades vendidas, liderando desta forma o segmento de veículos elétricos em Portugal. De salientar o BMW i8, o automóvel desportivo do futuro, que após o seu lançamento em julho de 2014 registou uma procura superior à oferta planeada para Portugal tendo alcançado 13 unidades vendidas em 2014.



O ano de 2014 ficou marcado para a BMW não só como um ano de excelentes resultados como também pelos 14 lançamentos de novos produtos, um número recorde de lançamentos num só ano para a BMW, tendência esta que se irá manter em 2015.

MINI – Ano de 2014 marcado por um crescimento de 25%

Desde a entrada no mercado português em 2001 a MINI têm vindo a afirmar uma sólida presença no mercado. Durante o ano de 2014 foram vendidas 1.550 unidades, o que corresponde a um crescimento de 25% em relação ao ano de 2013. Para este resultado, contribuíram os 4 lançamentos da marca, dos quais destacamos a nova geração MINI nas versões de 3 e 5 Portas.

A gama mais vendida em 2014 foi o MINI 3 Portas com 645 unidades vendidas, seguido do MINI Countryman e do MINI Paceman com 544 e 120 unidades vendidas respectivamente.

O novo MINI 5 Portas, presente no mercado desde outubro de 2014, alcançou em apenas 3 meses 112 unidades vendidas, o que deixa antever o sucesso previsto para este novo modelo.

De facto, todos os modelos da gama MINI contribuíram para este bom resultado, o que revela que a MINI não está por si só dependente de apenas um modelo.

BMW Motorrad – Crescimento de 10%. Líder no segmento acima de 750cc

Em 2014 a BMW Motorrad registou 782 unidades vendidas, o que corresponde a um crescimento de 10% face a 2013.

O mercado de motociclos registou um crescimento na ordem dos 4% em relação ao ano anterior. A BMW Motorrad mantém a liderança no segmento de motos de cilindrada acima de 750cc - o principal segmento de atuação da marca - com uma quota superior a 40%.

Para este resultado contribuíram as diversas gamas com particular destaque para a BMW R 1200 GS com 185 unidades, tornando-se na mais vendida durante 2014, seguida da R1200 GS Adventure com 161 unidades vendidas. O lançamento das novas BMW R 1200 RT, BMW R1200 GS Adventure e da BMW R nineT contribuíram em grande parte para o sucesso de vendas conquistado este ano, já que juntas representam 35% das vendas.

Com a preocupação de proporcionar aos clientes BMW Motorrad um serviço completo, a marca aposta cada vez mais no mercado da venda de equipamentos e



acessórios, sendo que o ano de 2014 foi o melhor ano de sempre de vendas nesta área.

Os recentes lançamentos tornaram a gama atual na mais recente e rejuvenescida dos últimos 5 anos, o que contribui em grande parte para uma boa expectativa de crescimento para os próximos anos.

BMW Financial Services – Número recorde de contratos de financiamento

Ao longo do ano de 2014 a BMW Financial Services conseguiu alcançar um número recorde de financiamentos, tendo registado um aumento de 16% em relação ao ano anterior em todas as suas vertentes de negócio ligadas ao financiamento automóvel o que reflete um resultado de 6.735 novos financiamentos.

Destes 6.735 financiamentos, 76% dos contratos tiveram como fim automóveis BMW, 15% automóveis MINI e 8% para motociclos BMW. Foram ainda efectuados 51 contratos para veículos de outras marcas.

A carteira de contratos ativos registou um crescimento de 5,4%, o que se traduz na gestão de uma carteira de 17.868 contratos ativos no final de 2014.

Também o sector dos seguros registou um crescimento de 11%, tendo sido efetuados 2.408 novos contratos em 2014.

Sobre o BMW Group

Com as suas marcas BMW, MINI e Rolls-Royce o BMW Group é o construtor premium de automóveis e motos mais bem-sucedido do mundo, providenciando também serviços financeiros e de mobilidade. Em termos globais, o BMW Group detém 30 fábricas em 14 países e uma rede global de vendas em mais de 140 países.

Em 2013, o BMW Group atingiu um volume global de vendas de aproximadamente 1.963 milhões de automóveis e de 115.215 motociclos. O resultado, antes de impostos, foi de 7.91 mil milhões de euros, num total de 76.06 mil milhões de euros de volume de negócios. Em 31 de Dezembro de 2013, a empresa empregava um total de, aproximadamente, 110.351 colaboradores.

O sucesso do BMW Group tem sido, desde sempre, construído numa ótica de longo prazo e assente numa conduta responsável. Desta forma, a Companhia estabeleceu a sustentabilidade ecológica e social em toda a cadeia de valores, bem como uma ampla responsabilidade de produto e um evidente empenho na conservação de recursos, como parte integrante da sua estratégia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>