

Comunicado de prensa
10 de marzo de 2009

BMW Group España - Resultados Económicos 2008

Cuando hablamos de evaluar a una compañía, muchos son los criterios que se deben tener en cuenta, a pesar de los estrictamente económicos.

En lo que respecta a BMW Group, BMW EfficientDynamics es sinónimo de un excelente resultado que se traduce además en una avanzada tecnología automovilística, respetuosa con los criterios que la sociedad exige en los tiempos actuales. Los sistemas desarrollados según la estrategia EfficientDynamics se incluyen de serie en los modelos de la marca, por lo que BMW vende cada mes más coches con menor consumo y menor emisión de CO₂ que otras marcas en el transcurso de todo un año. Gracias a la aplicación coherente de tecnologías destinadas al aumento de la eficiencia de los coches, los actuales modelos de BMW correspondientes a todas las series de la marca y a todas las categorías de potencia, cuentan con una relación óptima entre consumo y prestaciones, que no tiene comparación en el mercado.

El progreso que en términos de eficiencia se ha alcanzado en cada modelo, también redundará en un muy favorable balance total de consumo y emisiones de la flota completa de BMW Group. Considerando los países integrantes de la Unión Europea, el consumo de la flota integrada por las marcas BMW y MINI se ha reducido en más de un 25 por ciento entre los años 1995 y 2008. Esta evolución, que ha sido posible gracias a BMW EfficientDynamics, ha permitido que BMW Group y sus marcas cumplan holgadamente el compromiso voluntario más importante asumido frente a la Asociación de Constructores Europeos de Automóviles ACEA. Los modelos del año 2009 aumentan la cantidad de coches especialmente económicos y respetuosos con el medio ambiente.

EfficientDynamics ha supuesto una ventaja competitiva para BMW Group en una situación económica adversa.

Por lo que respecta a la situación económica en España, la caída del consumo que se materializó en la segunda mitad del año 2008, el aumento del paro y la restricción al crédito afectaron particularmente al sector automovilístico en nuestro país, que registró

un descenso del 28,1% (frente a un 18,8% de nuestra Marca), y que dejó la cifra de coches vendidos en 1.161.000 unidades (1.610.000 en 2007).

Por otro lado, el Segmento Plus en el que competimos perdió un 26,2% respecto a 2007. Y sin embargo, en este contexto podemos resaltar que BMW alcanzó un récord histórico en penetración en el mercado general: un 4,1%.

Si distinguimos tipos de vehículos, encontramos que en SUVs, el descenso respecto a 2007 (-40,7 %) fue aún más acusado que en turismos. Aun así, el BMW X3 mantuvo el liderazgo del segmento, con un 21,4% de penetración. Y el tándem X5/X6 logró matricular cerca de 4.000 unidades.

Y es que, en medio de un panorama económico adverso, no podemos dejar de señalar que gracias a BMW EfficientDynamics nuestros clientes ven cómo el respeto al medio ambiente y el tradicional disfrute de la conducción de nuestra marca resultan plenamente compatibles. Así, en el primer año de aplicación del nuevo Impuesto de Matriculación basado en las emisiones de CO₂, BMW ocupó el 7º puesto en la clasificación de los vehículos englobados en el primer tramo (0% de impuesto), el de 0 a 120gr/km, hecho al que no es ajeno el incuestionable éxito del BMW 118d.

Siguiendo en ese mismo segmento (UKL2+), la excelente aceptación de la versión 3 puertas del Serie 1 le permitió ganar 13 puntos porcentuales en las ventas respecto a 2007, y se convirtió en el único modelo del segmento que creció en el periodo.

En el escalón inmediatamente superior, el Nuevo Serie 3 logró compensar su fase de ciclo de vida frente a los lanzamientos de la competencia, y disminuyó solamente la mitad que su segmento, que perdió un 22,2% respecto a 2007.

El resto de segmentos de turismos (Serie 5, Serie 7, Z4) también acusó la caída de la demanda (en los dos últimos casos por coincidir además con el final de sus ciclos de vida) y la nueva regulación impositiva basada en las emisiones de CO₂.

En cuanto a las previsiones para 2009, todas las fuentes coinciden en señalar que el mercado caerá por debajo del millón de unidades, arrastrado por una debilidad de la demanda que parece se mantendrá al menos durante el presente ejercicio, y donde las tasas de desempleo y la desconfianza general no permiten ser optimistas de cara a una recuperación demasiado temprana.

Prevedemos por tanto que en esta situación de débil demanda, la oferta de modelos de BMW, con menor consumo y emisiones, pero con la esencia de la Marca muy presente en términos de prestaciones y sensaciones, siga resultando atractiva al mercado. Como refuerzo, nuestra gama se enriquecerá con importantes novedades de producto: además

de las nuevas motorizaciones de los modelos existentes, lanzaremos el BMW X1, que completa nuestra oferta de SUV; el nuevo Z4, heredero de una larga tradición de *roadsters* de la Marca; y el BMW Serie 5 Gran Turismo, innovador concepto que mezcla deportividad, confort y versatilidad, y del que ya hemos visto recientemente un adelanto en forma de prototipo.

La Red de concesionarios de BMW cuenta en la actualidad con 87 concesionarios, 145 puntos de venta y 144 puntos de servicio, que garantizan una adecuada cobertura de las necesidades de nuestros clientes en todo el territorio nacional.

MINI y sus resultados en el 2008.

En el segmento competitivo de referencia para MINI, el denominado segmento de turismos pequeños, se matricularon un total de 304.783 coches, lo que supuso un descenso del 24,4 % sobre el año anterior.

En cuanto al comportamiento de la marca MINI, a pesar del elevado descenso del segmento de turismos pequeños, cerramos el 2008 con una cifra de matriculaciones de 10.883 unidades que significa un descenso, tan sólo, del 7,89 % sobre la misma cifra del año anterior. Estas cifras suponen un importante incremento de la cuota de mercado de MINI sobre el total mercado y sobre su segmento de referencia, alcanzando cuotas del 0,94% y 3,57 % respectivamente. Estos excelentes resultados confirman que MINI es una de las marcas que mejor comportamiento ha tenido en el mercado y con una elevada deseabilidad dentro de su segmento.

En cuanto al peso de las unidades vendidas en España, del total de matriculaciones el 78% se corresponde a Hatchback, el 10 % a Cabrio y 12% Clubman. Por modelos del total de matriculaciones el 29% Cooper, 26% One, 32% Cooper D y el 13% Cooper S.

Al igual que en ejercicios anteriores, hay dos hechos destacables en la tipología del cliente de MINI, el primero es que un gran porcentaje de los clientes, no toma en consideración la compra de otro vehículo alternativo, y el segundo es que manifiestan un alto grado de satisfacción con el producto después de la compra. Como atributos más destacables de la marca según las encuestas, tendríamos su diseño, calidad, tecnología, seguridad, buen precio de reventa y sobre todo su elevada deseabilidad. También es importante destacar, el concepto MINIMALISM que es el resultado de vehículos con una mayor tecnología, menores pesos, menos emisiones y por tanto más equilibrados con el medio ambiente.

Este esfuerzo se traduce de manera muy positiva para MINI ya que la mayoría de sus modelos arrojan unos resultados de CO2 sensiblemente inferior a sus competidores.

Continúa la tendencia hacia un mayor grado de personalización en nuestros coches, el cliente quiere que su MINI sea diferente. Esto ha supuesto que la facturación de accesorios haya crecido un 12% respecto al año anterior.

En España, la Marca se comercializa a través de una red de 69 concesionarios y cuenta con 82 puntos de venta. En la actualidad todas las instalaciones son exclusivas MINI (separadas o adyacentes) y no existen instalaciones compartidas con la marca BMW. El grado de exclusividad que la marca ha alcanzado en instalaciones y vendedores ha sido posible gracias a las fuertes inversiones realizadas por nuestra red de concesionarios desde el año 2002 y esto ha permitido incrementar un 240% el volumen medio anual de ventas por concesionarios en este periodo.

Las principales iniciativas para MINI en el año 2009 son las siguientes:

1. Lanzamiento de los nuevos modelos: MINI Cabrio, R56 ONE de 75CV y R55 One.
2. Organización de la MINI Challenge: Copa monomarca MINI que se celebrará por primera vez en España a partir del mes de Mayo y que pretende convertirse en un evento único y exclusivo del motor en nuestro país.
3. Seguir aprovechando la ventaja competitiva que en el segmento diesel supone nuestro modelo Cooper D, el cual cuenta con unos extraordinariamente bajos niveles de emisión (104gr/km) y consumo (3,9l).
4. Explotar la gama de producto con la que contamos para el 2009. Afrontamos el año con la más amplia variedad de producto jamás existente en la marca hasta la fecha.
5. Seguir mejorando el nivel de servicio y satisfacción de nuestros clientes.

BMW Motorrad afianza en 2008 el crecimiento experimentado en los últimos años.

El 2008 ha representado para BMW Motorrad un afianzamiento del crecimiento experimentado por la Marca en España, tras doce años consecutivos de crecimiento.

En el año 2008 BMW Motorrad ha matriculado 10.152 motocicletas en el mercado español, una cifra similar a la alcanzada en 2007 (-2%).

Debido a una caída del -20% del mercado total y de un -12% del segmento de >500cc, BMW Motorrad ha incrementado respectivamente su cuota de mercado en 1,7 puntos (cuota mercado total 9,05%) y 1,2 puntos (cuota mercado >500cc 12,8 %).

El año 2008 fue para BMW el “año del Enduro” ya que se lanzaron al mercado las exitosas F800 GS y F650 GS, completando así la gama de bicilíndricas en línea, las nuevas R1200 GS y Adventure y representó además la vuelta de BMW a la competición Enduro, con la nueva G450 X, con soluciones revolucionarias y un destacable papel en su primer año de competición.

Además, se ha aplicado la experiencia adquirida en pruebas de resistencia para lanzar al mercado la exclusiva deportiva bóxer HP Sport.

Sobre las 10.152 unidades vendidas, 5.804 corresponden al segmento de más de 750cc, cifra con la que BMW consolida su posición de liderazgo en este segmento, a más de 8 puntos de la marca que ocupa la segunda posición.

Nuestro modelo más vendido nuevamente ha sido la R1200GS con 2.000 unidades, repitiendo el liderazgo en el ranking de este segmento premium.

Queremos destacar el volumen alcanzado un año más por la rutera R1200 RT con una cifra cercana a las 1.400 unidades, la misma cifra que alcanzaron por separado las nuevas F650 GS y F800GS, a pesar de haber comenzado su comercialización en el mes de marzo.

Nos complace así mismo comunicar el éxito de los sistemas de seguridad y tecnológicos que se han solicitado sobre la gama de modelos, como el ABS, el pionero control de tracción ASC o la suspensión regulable eléctricamente ESA y Enduro ESA.

El éxito en ventas se ha visto además especialmente respaldado este año por diversos premios internacionales, como el prestigioso Alpen Master, premio otorgado por siete revistas especializadas de los principales países europeos, destacando el primer puesto por segundo año consecutivo de la R1200 R, mientras que el segundo puesto absoluto lo ocupa también una BMW, la R1200 GS. Por su parte la polivalente F800 GS ha conseguido el segundo puesto en el "Bike of the Year 2008" concedido por las revistas que forman la asociación SWA.

Continuando con la ofensiva iniciada hace unos años por BMW Motorrad, la gama actual es ya de 20 modelos, con una imagen rejuvenecida y más dinámica, manteniendo los valores tradicionales en cuanto a seguridad, tecnología, fiabilidad y polivalencia, lo que ha permitido atraer a un público más joven. El resultado de esta nueva política ha sido alcanzar en nuestro país que 71 de cada 100 compradores de motocicletas BMW proceden de otras marcas o acceden a la moto por primera vez.

La eficiente y ampliada en los últimos años Red de concesionarios, junto con su profesionalidad, instalaciones, dedicación y servicio Premium han contribuido decisivamente a estos óptimos resultados en un año en el que el mercado se ha tornado adverso.

Respecto al ejercicio 2009, a pesar de las pesimistas expectativas para el mercado, confiamos en seguir afianzando los resultados alcanzados, apoyados en la presentación de nuevos modelos en los que tenemos puestos gran ilusión, como la bicilíndrica F800

R, y las tetracilíndricas K1300 S, K1300 R y K1300 GT, modelos que comenzarán su comercialización en la primera mitad del año.

Queremos destacar la presencia de BMW en 2009 en el Mundial de Enduro con dos de los cinco mejores pilotos del mundo y la G450 X, así como la entrada de BMW al mundial de SBK'09 con la futura superdeportiva S1000 RR, de la que podemos adelantar que se comercializará en los primeros meses de 2010 con unas cifras aproximadas de 190CV para 190Kg.

BMW Financial Services y Alphabet Fleet Services. Resultados 2008.

El año 2008 supone un nuevo año récord para las compañías que componen los servicios financieros del grupo en nuestro país. BMW Financial Services y Alphabet Fleet Services, cierran otro ejercicio excelente.

El resultado de nuestras actividades de financiación a la clientela y financiación a los concesionarios elevó la inversión crediticia total gestionada a 1.782 millones de euros, un 17% más que el ejercicio anterior.

Nuevamente, y por octavo año consecutivo, somos la financiera de marca que porcentualmente más crece en su volumen de inversión crediticia gestionada si excluimos las financieras recientemente implantadas en los últimos años.

Nuestra cifra de facturación en el nuevo negocio retail alcanzó los 723 millones de euros, un 5% más que en 2007. Por otro lado, en nuestro negocio wholesale, las líneas de crédito concedidas a nuestra red de concesionarios para la financiación de sus stocks de vehículos nuevos, vehículos usados y recambios, así como para la financiación de sus activos e instalaciones ascendieron a 800 millones de euros, un 67 % más que en 2007.

El volumen total de unidades financiadas se elevó 103.512, un 7,5% menos que en 2007, de las que 34.348 correspondieron a contratos financieros y de renting formalizados con clientes (+ 10%) y 69.164 a unidades financiadas a la red de concesionarios (-14%) en nuestro negocio de financiación de stocks.

2008 fue un año en el que la cuota de mercado de BMW Financial Services sobre las ventas de BMW Group creció significativamente hasta alcanzar el 35% (+4.5 p.p.), nuevo récord histórico.

Seguimos siendo, un año más, la primera opción financiera de nuestra red de concesionarios en todas las marcas del grupo, obteniendo la cuota de mercado más elevada entre el colectivo de financieras de marca del segmento Premium.

En 2008 nuestro índice de morosidad sigue siendo inferior a la media del conjunto de financieras de marca situándose en el 3,08%, significando un repunte de 144 puntos básicos frente al año anterior, en línea con los incrementos de morosidad experimentados en el sector financiero.

El índice de fallidos se sitúa también por debajo de los niveles del mercado financiero, en el entorno del 0,3%.

Por otro lado los niveles de cobertura de nuestra cartera de activos dudosos, son todavía superiores al 102% de nuestros créditos impagados.

Disponer de una completa gama de productos financieros orientados a gestionar el ciclo de posesión del vehículo y diferenciales frente a la banca han sido fundamentales para la consecución de esta sucesión de récords en los últimos años.

Nuestra intención de aportar valor añadido a la oferta que realizamos a nuestros clientes a través de la incorporación al contrato financiero de servicios adicionales ha permitido vender 19.800 seguros, cerca de 9.525 contratos de mantenimiento o haber superado las 19.000 tarjetas de crédito en el mercado durante el 2008.

Alphabet adquirió cerca de 4.100 vehículos en 2008 por valor de 116 millones de euros (-25%) notando fuertemente el impacto de la crisis económica aunque continúa liderando con claridad el volumen de compras a BMW Ibérica en todas y cada una de las series.

A cierre del ejercicio gestionábamos una flota viva de 11.322 vehículos, con una cuota de mercado del 2,1% de la flota total en renting a nivel nacional tras algo más de seis años operando en el mercado.