

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

Comunicado de prensa
17 de marzo de 2010

BMW Group España – Resultados Económicos 2009

BMW

Dentro del contexto general de estancamiento del consumo, el mercado del automóvil en España cayó en 2009 por debajo del nivel psicológico del millón de unidades, colocándolo en niveles desconocidos desde mediados de los 90. En concreto, se redujo en un 18% respecto a 2008 (que a su vez había registrado una caída del 28% respecto a los momentos anteriores a la crisis). Y en particular, la caída de segmento *premium* fue aún mayor (-27%).

En este contexto, BMW sufrió una caída del 32% respecto al año anterior. Ello se explica por la influencia de los ciclos de vida de nuestros modelos de volumen (Serie 1 y Serie 3, y Serie 5), así como por el hecho de que las ayudas gubernamentales para estimular la venta en el sector (Plan 2000E) han apuntado a un nivel de precios inferior al promedio de BMW, además, estas ayudas han favorecido más a los particulares y menos a las ventas a empresas, canal donde nos encontramos mejor posicionados.

Como dato positivo, nuestra cuota del segmento alcanzó el 24,3% (una de las más altas de Europa), y la de mercado, al 3,4%.

Y dentro de la gama, destacamos como muy favorables las acogidas en el mercado de los nuevos BMW Z4 y BMW Serie 7, ambos lanzados en 2009. El Z4 aumenta sus matriculaciones en un 3,5%, al igual que el Serie 7 en un 6% y además lidera el segmento por primera vez desde 1996 con un 21,6% de penetración. Por otro lado, destacamos las más de 500 unidades adicionales para la marca conseguidas en las últimas semanas del año por el BMW X1, que, de la misma forma que sus hermanos mayores de la gama X, inaugura segmento.

MINI

En cuanto al comportamiento de la marca MINI, cerramos el 2009 con una cifra de matriculaciones de 8.345 unidades que significa un descenso del 23 % sobre la misma cifra del año anterior en línea con la caída experimentada por el mercado. Estas cifras suponen haber mantenido una cuota sobre total mercado del 0,87%. Sin embargo, el mejor comportamiento de MINI respecto al Segmento Plus ha supuesto un incremento en la cuota de éste hasta alcanzar el 6,3% que es mejor resultado alcanzado desde el lanzamiento de la marca en España. Estos excelentes resultados, combinados con los estudios de mercado que muestran que MINI ha sido una de las marcas con menores niveles de descuento en 2009, confirman que MINI es una de las marcas con un nivel de deseabilidad más elevado dentro de su segmento.

BMW MOTORRAD

Al igual que en la mayoría de los sectores de la economía española, el de las motocicletas ha cerrado en 2009 uno de sus peores ejercicios retrocediendo a volúmenes de hace siete años. Más en concreto, el número de matriculaciones se redujo en un 48%, pasando de las 113.162 de 2008 a las 58.597 de 2009. En el segmento que compite BMW (> 500cc.) la caída ha sido aún mayor, pasando de 78.556 unidades a 35.227 (-55%).

Además de la crisis financiera, el aumento de la tasa de paro y el consecuente descenso de la demanda y el consumo privado, el sector de la moto sufrió a principios de 2009 un fortísimo frenazo provocado por la subida impositiva efectuada a finales de 2008.

En el caso de BMW Motorrad, a pesar de no haber alcanzado las cifras de 2008 y cerrar 2009 con 6.457 unidades matriculadas (-36%), la caída ha sido notablemente inferior que la del segmento (-55%). Este hecho supone un aumento en la cuota de mercado de más de cinco puntos porcentuales, pasando del 12.8% en 2008 al 18% en 2009. De esta forma, BMW pasa de ser la quinta marca en volumen en 2008 a posicionarse como la segunda marca de su segmento (>500cc).

Si analizamos las causas de este crecimiento en participación de mercado, vemos que es en los modelos de menor cilindrada y de acceso a la marca donde se ha experimentado un mayor ascenso. En el segmento de 500cc a 750cc, BMW ha pasado de tener una cuota de mercado del 8% en 2008 al 16% en 2009, gracias al éxito de sus modelos F800.

BMW FINANCIAL SERVICES Y ALPHABET FLEET SERVICES

El ejercicio 2009 ha tenido como hito más relevante para las compañías financieras del grupo BMW en España la conversión, en el mes de diciembre, de su establecimiento financiero de crédito en España, BMW Financial Services, en sucursal de BMW Bank GmbH cuya matriz se encuentra en Munich. La compañía de renting, Alphabet Fleet Services, que gestiona una flota próxima a los 10.000 vehículos, sigue manteniendo su base en España.

El resultado de las actividades de financiación y renting a la clientela y financiación a los concesionarios alcanzó una inversión crediticia neta promedio de 1.655 millones de euros, un 1% menos que el ejercicio anterior frente a una caída del sector en el entorno del 20%, con un volumen de unidades finanziadas en el portfolio de 86.436

Las líneas de crédito concedidas en el año 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 más de 700 millones de euros, facilitando a su red de concesionarios el acceso al crédito.

2009 fue un año en el que la cuota de mercado de BMW Financial Services sobre las ventas de la red de concesionarios de BMW Group creció significativamente hasta alcanzar el 39% de penetración, nuevo récord histórico. La cifra de facturación en el nuevo negocio retail de ambas compañías generado en el año alcanzó los 563 millones de euros.

El índice de morosidad sigue siendo inferior a la media del conjunto de financieras situándose en el 5,08%, y la ratio de eficiencia de la compañía mejoró nuevamente hasta el 27%.