

Comunicado de prensa
8 de julio de 2010

Las ventas de BMW Group crecen un 13,1% en la primera mitad del año

De nuevo en junio, BMW, MINI y Rolls-Royce registran crecimientos de dos dígitos

Rolls-Royce vende más coches que nunca antes

La tendencia positiva de las ventas continúa en el Segmento Motocicletas

BMW Group ha terminado la primera mitad del año con un notable crecimiento en las ventas. En los primeros seis meses del año se han entregado a clientes un total de 696.026 (año anterior: 615.454) automóviles de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, lo que supone un incremento del 13,1%.

En junio los volúmenes de ventas crecieron un 12,2%, hasta 143.157 (año anterior: 127.556) vehículos. Durante esta primera parte del año la compañía hizo progresos en prácticamente todos los mercados; los mayores crecimientos se han registrado en los mercados de China, América y Europa. En lo que se refiere a productos, los BMW X1 y los modelos Serie 5 GT y Z4, junto con el BMW Serie 7, han estado entre los que más han impulsado el crecimiento en la primera mitad del año. El nuevo BMW Serie 5 Berlina también ha protagonizado un robusto inicio de comercialización: casi se han vendido 25.000 unidades desde su lanzamiento europeo a mediados de marzo.

Ian Robertson, miembro del Consejo de Administración de BMW AG responsable de ventas y marketing: "En algunos casos, los mercados automovilísticos se están recuperando mucho más rápidamente de lo que se esperaba. Hemos tenido éxito en la primera mitad del año, con un crecimiento en las ventas del 13,1% y consiguiendo mantener nuestra posición como el fabricante premium líder mundial". Robertson añadió: "Tenemos como objetivo continuar esta tendencia al alza en la segunda parte del año. Además del nuevo BMW Serie 5 Berlina, un gran número de nuevos modelos, como el nuevo BMW Serie 5 Touring, el nuevo BMW X3 y el MINI Countryman nos ayudarán a conseguir este objetivo".

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

En la primera parte del año la compañía ha conseguido aumentar las ventas en casi todas las regiones y todos los mercados automovilísticos. En Europa, las entregas se incrementaron un 3,9% hasta alcanzar un total de 389.601 (año anterior: 374.923) unidades. La mayor parte de este incremento procede de mercados de gran volumen, como el Reino Unido (73.000 / +20,4%), Francia (34.235 / +11,6%), España (23.426 / +35,9%) y Bélgica / Luxemburgo (20.474 / +16.5%).

Dentro de un mercado global en gran descenso (-28,7%), la compañía ha conseguido mantener las matriculaciones de nuevo vehículos muy cerca de los niveles del año anterior en su mayor mercado, Alemania, con un total de 135.421 (año anterior: 136.769 / -1,0%) ventas de BMW y MINI, y ampliar su participación en el mercado notablemente: hasta un 9,2%. Sin embargo, la marca BMW ha sido la única marca premium que ha hecho progresos en Alemania en los primeros seis meses. Con un total de 120.262 (año anterior: 118.960) vehículos vendidos allí, se matricularon un 1,1% más automóviles BMW nuevos que en el mismo periodo del año anterior.

La compañía también continúa por su trayectoria de crecimiento en su mayor mercado de exportación: en los EE.UU.; allí se entregaron a clientes 121.585 (año anterior: 114.448) vehículos BMW y MINI –un 6,2 por ciento más en unidades–. De esta forma, BMW Group sigue siendo el fabricante europeo premium con mayores ventas en el mercado de los EE.UU. Con 23.331 (año anterior: 20.849) entregas de BMW y MINI y un crecimiento del 11,9%, junio también fue el mejor mes del año hasta la fecha en los EE.UU.

En Asia, los volúmenes de ventas de BMW Group crecieron un 57,5% entre enero y junio (128.483 / año anterior: 81.586). El mercado chino siguió experimentando un crecimiento excepcionalmente dinámico. Con unas ventas de 75.615 vehículos en la primera mitad del año (año anterior: 37.627 / +101,0%), la compañía multiplicó por más de dos las ventas allí, con respecto al mismo periodo del año anterior. BMW Group también registró fuertes progresos en los otros países “BRIC”: Brasil (+131,4%), Rusia (+24,5%) y la India (+25,0%), así como en los mercados de África (+26,8%) y Oceanía (+13,8%).

Las ventas de la marca BMW crecieron un 14,1% hasta 585.755 automóviles (año anterior: 513.591) en el periodo objeto de este informe. En junio la marca entregó 119.663 (año anterior: 105.232) vehículos a clientes de todo el mundo, un incremento del 13,7%. Los principales impulsores del crecimiento en la primera mitad del año fueron el BMW X1, con 46.705 unidades y el BMW Serie

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

5 GT, con 11.803 unidades. También se han conseguido fuertes crecimientos en series de modelos mayores, como el BMW Serie 7, con 30.711 entregas (+50,0% / año anterior: 20.479) y los modelos BMW X5 y X6 con una suma total de 68.632 (+7,1% / año anterior: 64.078) entregas. El mayor crecimiento en la primera mitad del año fue registrado por el BMW Z4 Roadster, con 14.236 (+74,7% / año anterior: 8.148) vehículos vendidos. Los BMW Serie 7, el BMW X5/X6 y el BMW Z4 siguen siendo los líderes globales del mercado en sus respectivos segmentos. También se han incrementado los volúmenes de ventas para la que es tradicionalmente la serie de modelos de mayores ventas de BMW: globalmente, la Serie 3 ha conseguido un progreso del 3,0%, con 199.027 (año anterior: 193.186) entregas en el periodo entre enero y junio. Robertson: “El nuevo modelo más importante este año es el nuevo BMW Serie 5. El nuevo BMW Serie 5 Berlina, lanzado en marzo, ya ha sido elegido por 25.000 clientes. En junio presentamos también el modelo en los EE.UU, y este automóvil ha sido también extraordinariamente bien recibido allí”.

En la primera mitad del año, las ventas de la marca de automóviles MINI fueron un 7,6% mayores que las del mismo periodo del año anterior, con 109.301 (año anterior: 101.534) unidades. En junio, la marca vendió 23.202 (año anterior: 22.271 / +4,2%) unidades en todo el mundo. Robertson: “con la adición del nuevo MINI Countryman en otoño, la familia MINI se ampliará para tener cuatro versiones. Junto con las amplias puestas al día de la gama de modelos existente, el primer modelo crossover de MINI le proporcionará un fuerte impulso a las ventas en la segunda mitad del año”. A partir de mediados de septiembre, los actuales modelos MINI (MINI, MINI Clubman y MINI Cabrio) también recibirán unas llamativas modificaciones en el diseño, nuevas posibilidades en la gama de motores, una selección de motores Diesel completamente revisada y nuevas e innovadoras opciones de equipamiento.

Desde que la compañía fue lanzada en 2003, Rolls-Royce nunca ha vendido tantos coches en un periodo de medio año como en la mitad del presente ejercicio. Con 970 (año anterior: 329) entregas hasta el momento, el crecimiento en los primeros seis meses supuso un 194,8%. Robertson: “comparándolas con las de junio de 2009, las ventas de Rolls-Royce se han multiplicado por más de cinco el último mes, hasta 292 (año anterior: 53) entregas. Con estos resultados mensuales y en el periodo de medio año, estamos en el buen camino para

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

conseguir nuestro objetivo anual: multiplicar por más de dos las ventas totales de Rolls-Royce”.

En la primera mitad de 2010, BMW Motorrad vendió 57.015 (año anterior: 46.972) vehículos. Esto representa un crecimiento del 21,4% de las ventas con respecto a la primera mitad de 2009. La tendencia global positiva de BMW Motorrad continuó en junio. A pesar de la tendencia a la baja en los mercados motociclistas globales, BMW Motorrad consiguió vender más motocicletas que en el mismo periodo del año anterior por sexto mes consecutivo. En junio se entregaron a clientes un total de 11.584 (año anterior: 9.402 / +23,2%) vehículos. La lista de las más vendidas la lidera la enduro para largas distancias, la R 1200 GS, que es la motocicleta con mejores ventas del mundo en el segmento de motocicletas de gran cilindrada, en la categoría de más de 500 cc. En este año, hasta finales de junio, nada menos que 6.459 (1.223 en junio) unidades de la S 1000 RR, la primera motocicleta superdeportiva de BMW Motorrad, fueron entregadas a clientes de todo el mundo, consiguiendo la segunda plaza en el segmento de las superdeportivas, en la categoría de motocicletas deportivas de 1000 cc.

En una jornada tecnológica en la que se presentó el primer motor de BMW para motocicletas con seis cilindros en línea, esta unidad de negocio ofreció un primer vistazo sobre su nueva ofensiva en productos. En el futuro, este motor impulsará dos lujosas nuevas motocicletas de turismo de BMW: la K 1600 GT y la K 1600 GTL, que serán presentadas al público en otoño de 2010. Ambos modelos se distinguirán por su innovadora tecnología, la superior suavidad de su motor y un consumo de carburante óptimo.

Resumen de ventas de BMW Group en y hasta junio de 2010

	En junio de 2010	Comparado con año anterior	Hasta junio de 2010 incluido	Comparado con año anterior
BMW Group Automóviles	143.157	+12,2%	696.026	+13,1%
BMW	119.663	+13,7%	585.755	+14,1%
MINI	23.202	+4,2%	109.301	+7,6%
Rolls-Royce	292	+450,9%	970	+194,8%
Motocicletas BMW	11.584	+23,2%	57.015	+21,4%

BMW Group

España

Comunicación y RR.PP.

BMW Group

BMW Group es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas con mayor éxito del mundo con sus marcas BMW, MINI y Rolls-Royce. Como compañía global, opera internacionalmente con 24 instalaciones de producción en 13 países y tiene una red de ventas global en más de 140 países.

Durante el ejercicio de 2009, BMW Group vendió aproximadamente 1,29 millones de automóviles y más de 87.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en 2009 fueron 413 millones de euros y la facturación sumó 50.680 millones de euros. El 31 de diciembre de 2009 la compañía contaba con una plantilla de aproximadamente 96.000 personas.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la actuación responsable. Por tanto, la compañía ha establecido como parte integrante de su estrategia la sostenibilidad ecológica y social a lo largo de la cadena de valor, una gran responsabilidad en los productos y un claro compromiso en la conservación de los recursos. Como resultado de sus esfuerzos, BMW Group ha sido nombrado líder del sector en los Índices de Sostenibilidad Dow Jones en los últimos cinco años.