



Comunicato stampa N. 132/08

San Donato Milanese, 8 ottobre 2008

Le vendite del BMW Group crescono nei primi 9 mesi 2008

Consegne in crescita dell'1,7% a 1,11 milioni di automobili
Settembre caratterizzato da una scarsa dinamicità del mercato
Molti nuovi modelli presentati a Parigi

Monaco. BMW Group ha incrementato le proprie vendite dell'1,7% nei primi nove mesi 2008 rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Le consegne a livello globale hanno toccato quota 1.113.972 unità (2007: 1.094.849), di cui 928.230 del marchio BMW (929.379 / -0,1%) e 184.915 MINI (2007: 164.891 / +12,1%). Da gennaio a settembre di quest'anno, Rolls-Royce Motor Cars ha consegnato 827 veicoli, mettendo quindi a segno un incremento del 42,8% (2007: 579).

Per quanto riguarda i singoli modelli, in particolare la BMW Serie 1 (+52,0%) ha evidenziato una solida crescita nei primi nove mesi del 2008, sospinta innanzitutto dalle versioni Cabrio e Coupé lanciate sul mercato a inizio anno. A tutto il mese di settembre sono state consegnate 173.772 BMW Serie 1 (anno precedente: 114.330). Altri modelli che hanno sostenuto la crescita sono stati la BMW X5 e la BMW X6 (vendite complessive pari a 107.297 unità, in crescita del 33,2% rispetto alle 80.540 dello scorso anno). Anche la BMW Serie 3 Cabrio ha messo a segno una solida crescita grazie a 46.471 vetture immatricolate (anno precedente: 38.912 / +19,4%) così come la BMW Serie 6 Coupé con 6.949 unità consegnate (anno precedente: 6.859 / +1,3%). In virtù del restyling della Serie 3 berlina e Touring, le vendite di entrambi i modelli precedenti si sono attestate per i primi nove mesi dell'anno, come previsto, al di sotto dell'elevato livello dell'anno scorso, toccando quota 257.489 unità (2007: 314.009 / -18,0%). I nuovi modelli, oggetto di notevoli modifiche, sospingeranno la crescita nei prossimi mesi. Lo stesso dicasi per la nuova BMW Serie 7, che verrà messa in consegna ai clienti a partire dal 15 novembre.

Settembre caratterizzato da una scarsa dinamicità dei consumi negli Stati Uniti e in Europa occidentale; crescita continua sui mercati emergenti

A fronte della situazione economica sempre più difficile negli Stati Uniti e in Europa occidentale, a settembre BMW Group ha fatto registrare una flessione complessiva delle vendite del 14,6%, a quota 121.621 unità (anno precedente: 142.357). Il marchio BMW ha fatto registrare vendite per 98.874 unità nel mese in questione, in calo del 16,4% rispetto allo stesso mese dell'anno scorso (118.310) se si effettua un raffronto su base mensile. Sul suo principale mercato di vendita, gli Stati Uniti, le consegne sono calate del 25,8% a 18.506 vetture (2007: 24.933). Il marchio BMW ha evidenziato un calo delle vendite del 29,5%, a 14.744 automobili (2007: 20.901). La crisi sui mercati finanziari sta attualmente riducendo di molto la propensione all'acquisto dei consumatori, in particolare negli Stati Uniti, sebbene a incidere sia stata anche la prevista riallocazione di veicoli originariamente destinati agli USA verso mercati con margini di profitto maggiori.

A settembre le vendite del BMW Group sono calate anche in Europa occidentale sulla scorta del rallentamento economico (74.231 unità / -16,9%). Ciononostante, grazie a 637.018 unità immatricolate, i dati relativi alle vendite complessive dall'inizio dell'anno fino a fine settembre sono superiori del 2,1% rispetto a quelli dello stesso periodo dell'anno scorso (624.080 unità). A settembre, ancora una volta, i trend sui mercati emergenti sono rimasti positivi, sebbene essi non siano stati completamente in grado di controbilanciare sul piano dei volumi la flessione sui mercati maturi di Europa occidentale e Stati Uniti. BMW Group ha registrato i tassi di crescita più elevati nell'Europa dell'Est: in particolare in Russia, con un incremento del 27,5% con 1.813 unità vendute (2007: 1.422). Anche in Sudamerica le consegne hanno evidenziato un consistente incremento, raggiungendo un totale di 1.026 vetture (+21,9% / 842), analogamente a quanto è avvenuto in Cina con 6.703 unità vendute (+16,5% / anno precedente: 5.755) ed India con 294 auto vendute (+61,5% / anno precedente: 182).

“La situazione resta problematica: il recente acuirsi della crisi finanziaria sta altresì incidendo negativamente sulla fiducia dei consumatori nei segmenti di fascia alta”, sostiene Ian Robertson, Membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG e Responsabile per le Vendite e il Marketing. “Tuttavia prevediamo che l'attuale debolezza della domanda si attenuerà nel corso del tempo. Grazie al lancio di nuovi modelli ad elevata efficienza, nei prossimi mesi saremo preparati per il futuro”.

Numerose anteprime a Parigi

In occasione del Salon de l'Automobile in corso a Parigi, BMW Group presenta una serie di novità a livello di modelli e tecnologie che contribuiranno a sostenere la crescita nei prossimi anni: la nuova BMW Serie 7, il restyling della BMW Serie 3 berlina e Touring, la BMW Concept X1 e la MINI Crossover Concept. Viene presentato anche un prototipo ibrido della BMW Serie 7 con motore elettrico integrato quale propulsione aggiuntiva: la BMW Serie 7 ActiveHybrid. Il primo veicolo ibrido prodotto in serie dal BMW Group, la BMW X6 ActiveHybrid, sarà lanciato sul mercato il prossimo anno.

La MINI conquista terreno nei primi nove mesi

Le consegne a livello globale di veicoli a marchio MINI sono salite del 12,1% e hanno toccato quota 184.915 unità complessive (2007: 164.891) da gennaio a settembre. L'aspetto più rilevante è che la MINI Clubman, introdotta per la prima volta quest'anno, ha già conquistato 36.129 clienti, portando quindi la propria quota all'interno delle vendite MINI a quasi il 22%. Per il mese di settembre il marchio MINI ha registrato una flessione del 5,5% rispetto allo stesso mese dell'anno scorso con 22.618 unità vendute. In virtù di 3.762 veicoli immatricolati nel mese in questione (2007: 4.032), anche le vendite negli Stati Uniti sono calate. La flessione del 6,7% è da attribuirsi alle ridotte giacenze di magazzino. Nel complesso, la domanda per questa piccola utilitaria premium è ancora eccezionalmente elevata. Per l'esercizio 2008 nel suo complesso, l'obiettivo del marchio è di conseguire un nuovo massimo storico pari a oltre 240.000 unità.

Ancora successi per la Rolls-Royce

Le vendite del marchio Rolls-Royce hanno proseguito il proprio trend positivo: a settembre sono state consegnate alla clientela 129 vetture, un dato che rappresenta una crescita del 7,5% e che porta il numero di Rolls-Royce vendute da inizio anno a 827 (+42,8% rispetto all'anno precedente).

La Divisione BMW Motorrad fa registrare una crescita dell'1,8% a settembre

Nonostante le difficili condizioni di mercato, a settembre la Divisione BMW Motorrad ha evidenziato un incremento delle vendite rispetto al già elevato livello dello scorso anno. Nel corso del mese, BMW Motorrad ha venduto 7.802 unità (2007: 7.661/+1,8%). Dall'inizio dell'anno a tutto settembre le vendite sono calate del 2,5% a quota 80.750 unità (anno precedente: 82.779).

BMW Group Italia in flessione del 10,7% nei primi nove mesi.

La Divisione BMW Motorrad cresce del 6,3%

Nel primi nove mesi del 2008 il BMW Group Italia ha fatto segnare una flessione del 10,7 %, immatricolando 68.293 unità dei marchi BMW e MINI rispetto alle 75.644 del pari periodo del 2007. In un mercato che continua ad essere in decisa flessione (-11,3 % dall'inizio dell'anno) BMW Group ha mantenuto la propria quota di mercato (3,12%) e il marchio BMW ha consolidato la leadership nel segmento Premium. Per quanto riguarda BMW Motorrad, dall'inizio dell'anno sono state immatricolate 13.417 unità con una crescita del 6,3% e con una quota di mercato del 12,7%.

Vendite del BMW Group nel mese di settembre 2008

	Sett. 08	Var. anno prec.	Gen. -Set. 08	Var. Gen.-Set. 07
BMW Group Automobili	121.621	-14,6%	1.113.972	+1,7%
BMW	98.874	-16,4%	928.230	-0,1%
MINI	22.618	-5,5%	184.915	+12,1%
Rolls-Royce	129	+7,5%	827	+42,8%
BMW Motorrad	7.802	+1,8%	80.750	-2,5%

Per ulteriori informazioni contattare:

BMW Group Italia

Roberto Olivi

Corporate Communications Manager

Tel. +39 02516102944 - Fax +39 02516100294

e-mail: Roberto.Olivi@bmw.it

Website: www.press.bmwgroup.com