

Communiqué de presse n° 1672
9 avril 2013

Les ventes de BMW Group atteignent un sommet historique en mars.

191 269 livraisons d'automobiles, une progression de 3.0%. Les ventes du premier trimestre augmentent de 5.3% à 448 200 unités.

Solides progressions en Asie et en Amérique.

Munich. The BMW Group sold more vehicles in March than in any other month in its history. The company sold a total of 191,269 BMW, MINI and Rolls-Royce vehicles in the past month, exceeding the previous all-time high in March last year (185,741 units/+3.0%). The company also achieved a new high for the first three months: Retail volumes for the year to the end of March increased by 5.3% to 448,200 units (prev. yr. 425,543 units).

Ian Robertson, Member of the Board of Management, Sales and Marketing BMW: "The BMW Group achieved an all-time high in sales last month and the best first quarter in its history, despite the headwinds present in Europe. Sales of the BMW 3 Series have contributed strongly to that growth and we will soon be expanding our highly successful 3 Series range with the BMW 3 Series Gran Turismo. All in all, we are aiming for further growth in BMW Group worldwide sales in 2013."

With worldwide sales of 159,195 vehicles (prev. yr.: 153,016/+4.0%) in March, more **BMW** brand vehicles were sold in a single month than ever before. Sales for the year to the end of March reached a record 381,404 vehicles (prev. yr. 356,562), an increase of 7.0% over the first three months of last year. The BMW 3 Series had an excellent first quarter with 109,279 vehicles delivered (prev. yr. 91,138/+19.9%). Growth in the first quarter was also driven by the BMW X1, with sales climbing 27.6% to 37,680 vehicles (prev. yr. 29,535). Sales of the BMW X3 and BMW X5 continued to be solid through to the end of March with 36,189 (prev. yr. 35,249/+2.7%) and 27,274 (prev. yr. 26,563/+2.7%) vehicles sold respectively. Sales of the BMW 6 Series increased by 32.7% to 6,174 vehicles compared with 4,651 last year.

A total of 31,763 **MINI** brand vehicles were delivered worldwide to customers in March (prev. yr. 32,422/-2.0%) and 66,154 (prev. yr. 68,211/-3.0%) vehicles were sold in the first quarter of 2013. The slight decrease in the first quarter is attributed to the four-week closure of the MINI Oxford plant for renovations at the beginning of the year. The all-new MINI Paceman, which was launched last month, is expected to boost momentum in global sales for the brand.

Rolls-Royce: Following record figures in 2012, Rolls-Royce motor cars delivered to customers in the first quarter were -16.6% (642) compared to the previous year. This is within the company's planning cycle, as the manufacturing plant underwent rebalancing and preparations for the start of production of the new Rolls-Royce Wraith. Sales in March showed an increase of 2.6% (311) compared to the same

period in 2012, underlining the company's cautious optimism for another strong year in 2013.

BMW Motorrad exceeded the previous year's figures in the first three months of the year, thus achieving the best first quarter result in its history. Sales rose 1.5% to 24,732 vehicles (prev. yr. 24,373). A total of 13,067 BMW motorcycles were delivered in March – an increase of 6.3% on the previous year (12,295).

The **BMW Group** made gains in many markets in the first three months. Solid first quarters in both the U.S. and China contributed to the increase in BMW Group worldwide sales. In the U.S., a record 78,957 vehicles were delivered, an increase of 4.3% over the same period in 2012 (75,729). From January to the end of March a record total of 86,070 vehicles were delivered to customers in Mainland China, an increase of 7.6% compared with the same period last year (prev. yr. 80,014). Other Asian markets, such as Japan (14,990/+7.2%) and South Korea (8,900/+16.9%) also reported solid gains in the first three months of the year. Strong growth was also reported by the Middle East markets, with 6,303 vehicles delivered (prev. yr. 4,936/+27.7%).

In the company's home market of Germany, a total of 63,675 BMW Group vehicles were registered (prev. yr. 66,214/-3.8%) in the first quarter. Despite the headwinds in the market, the company managed to gain segment share and now leads the premium segment in Germany. In Russia, sales jumped by 21.1% in the first three months to a total of 9,377 vehicles (prev. yr. 7,743). In the whole region of Europe, the company reported a slight increase, with 207,128 vehicles sold in the period (prev. yr. 200,954/+3.1%).

BMW Group sales in/up to March 2013 at a glance

In March 2013	Compared to previous year		Up to/incl. March 2013	Compared to previous year
BMW Group Automobiles	191,269	+3.0%	448,200	+5.3%
BMW	159,195	+4.4%	381,404	+7.0%
MINI	31,763	-2.0%	66,154	-3.0%
Rolls-Royce Motor Cars	311	+2.6%	642	-16.6%
BMW Motorrad	13,067	+6.3%	24,732	+1.5%

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Jean-Michel Juchet

BMW France
Directeur de la Communication
Tél : +33.6.86.18.23.33
jean-michel.juchet@bmw.fr

Jordane de Tyssandier

BMW France
Corporate Communications
Tél : +33.1.30.43.93.23
jordane.de-tyssandier@bmw.fr

Les communiqués de presse, dossiers et photos sur l'actualité BMW Group sont consultables et téléchargeables sur le site Press Club :

www.press.bmwgroup.com

Facebook: <https://www.facebook.com/BMWFrance>

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

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

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution environ 5.000 salariés en France. En 2012, BMW Group France a immatriculé 69.528 automobiles des marques BMW et MINI et 11.043 motos.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6l est un grand succès.

Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et introduira dès 2013 la révolutionnaire BMW i3 et d'inédits services à la mobilité urbaine. Le groupe français Schneider Electric est fournisseur et installateur international des bornes de recharge BMW i.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 28 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs.

L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1^{er} janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group

BMW Group, avec ses marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est une entreprise de dimension mondiale avec 25 sites de production et de montage implantés dans 14 pays différents et un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

BMW Group, leader sur le segment Premium du marché automobile, a vendu en 2012 près de 1,85 millions d'automobiles et plus de 117.000 motos. Pour l'année 2011, le résultat avant impôts s'est monté à 7,38 milliards d'euros, le chiffre d'affaires à 68,82 milliards d'euros. Au 31 décembre 2011, BMW Group employait un peu plus de 100.000 personnes.

Le succès économique de BMW Group repose sur une vision à long terme et une action responsable. L'entreprise a inscrit dans sa stratégie la durabilité économique et sociale tout au long de sa chaîne de création de valeur, la pleine responsabilité du constructeur vis-à-vis des produits et l'engagement à préserver les ressources fossiles. Ces efforts sont récompensés puisque BMW Group figure pour la huitième année consécutive en tête des constructeurs automobiles dans le Dow Jones Sustainability Index.