

Communiqué de presse n° 2034
4 janvier 2016

Record historique d'immatriculations en France pour chacune des marques BMW, BMW i, MINI et BMW Motorrad.

BMW Group France à nouveau en tête du segment Premium VP du marché automobile français en 2015, enregistre une progression de 15,3 % de ses immatriculations, avec 76 070 unités.

La marque **BMW** atteint 53 558 VP, soit +12,3% par rapport à 2014, incluant **BMW i** qui a commercialisé 917 modèles dont 822 BMW i3 électriques, soit + 40,2%.

MINI immatricule 22 512 VP, en hausse de 23,2%.

BMW Motorrad avec 12 456 immatriculations progresse de 7 % par rapport à 2014.

BMW Group est primé dans de nombreuses études.

Paris - Sur l'ensemble de l'année 2015, **BMW Group France** a enregistré une forte hausse de ses immatriculations à **76 070 véhicules** (2014 : 65 972). BMW Group France consolide ainsi sa position de leader sur le segment Premium VP du marché automobile français.

« En 2015, BMW Group a enregistré d'excellents résultats sur le marché français, avec une forte hausse de ses ventes et de son mix-produit dans un marché à nouveau en progression. L'année 2016 fera bénéficier BMW de l'arrivée de nouveaux modèles hybrides rechargeables. Les innovations technologiques inaugurées avec la marque électrique BMW i se déclinent désormais sur les autres modèles de la marque, concrétisant notre stratégie de mobilité toujours plus connectée et efficiente.

Ces innovations doivent nous permettre de poursuivre notre croissance durable, profitable et de consolider le leadership de BMW Group sur le segment Premium français» a déclaré Serge Naudin, Président du Directoire de BMW Group France.

I. Résultats des marques.

La marque **BMW**, avec **53 558 unités** vendues en 2015 (2014 : 47 682), a vu ses ventes grimper de 12,3 % et a donc connu une progression significative en **part de marché à 2,79 %**. A périmètre de segmentation comparable, soit les segments C à H, hors VUL, la marque BMW est la première en volume sur le marché français Premium.

Les **BMW Série 2** et notamment les nouveaux modèles Active Tourer et Gran Tourer ont été un important facteur de conquête sur le marché des monospaces compacts, nouveau segment pour la marque BMW, en séduisant 9184 clients en 2015.

La **BMW Série 1** avec 9966 unités et le nouveau **BMW X1** commercialisé le 22 octobre dernier a porté à 3954 unités le total de ce modèle. L'ensemble de l'offre de BMW sur les segments compacts Premium devrait contribuer à la croissance en 2016.

Le Mix des ventes est resté très élevé en 2015, avec les performances des **BMW X5** (2 912 unités), des **BMW X6 et Série 6** (en forte progression à 2044 unités) et de la nouvelle **BMW Série 7** introduite en novembre 2015, qui atteignait 330 unités, en progression de 47,3%.

La marque électrique **BMW i** a immatriculé **917 unités** soit une progression de 40,2% pour sa première année entière de commercialisation, la BMW i3 occupant 4,62% du marché des voitures électriques particulières en France. 822 clients ont pris possession de la **BMW i3**, modèle inaugurant le segment des citadines électriques Premium. La **BMW i8**, première Grand Tourisme hybride rechargeable de la marque, compte 95 immatriculations, son concept particulièrement futuriste suscitant toujours un fort intérêt.

La marque **MINI** a enregistré un volume total d'immatriculations en forte hausse à **22 512 unités** (2014: 18 277) avec une **part de marché atteignant 1,17 %**. En effet, les nouvelles MINI 5 portes et MINI 3 portes ont été livrées respectivement à 6338 et à 8800 clients, leur succès permettant à la marque MINI de progresser très nettement. La MINI Clubman introduite en octobre 2015 a permis l'accès de la marque au segment supérieur des compactes Premium, avec 866 premières livraisons.

BMW Motorrad a enregistré des résultats record avec 12 456 motos immatriculées en France soit une hausse de 7 % (2014 : 11 638). La marque conserve ainsi sa deuxième place sur le segment des plus de 500 cc avec une part de marché dépassant pour la première fois les 15%. BMW Motorrad reste traditionnellement la marque numéro 1 sur le segment des plus de 750 cc.

II. BMW Group en pointe dans l'innovation, la satisfaction clients et le développement durable.

Bien au-delà des simples chiffres, BMW Group intègre les critères Premium durables suivants:

- **Accès aux innovations, services et technologies du futur.** La BMW Série 7 présente en première mondiale la fonction parking automatisée, l'assistance à la conduite sur autoroute jusqu'à 210 km/h* et en embouteillage, la commande gestuelle, l'éclairage laser et la construction allégée intégrant des éléments en fibre de carbone. Les services après-vente connectés Téléservices et l'appel d'urgence automatique intelligent sont proposés désormais de série sur toutes les BMW.
BMW Group figurait dans le top 10 des entreprises mondiales les plus innovantes selon une étude du Boston Consulting Group.
- **Vision 360° de la mobilité urbaine,** centrée sur la conduite électrique, les solutions de partage et l'intermodalité. Les **BMW i** sont produites dans l'usine de Leipzig avec une énergie 100% renouvelable.
- **L'étude TNS Sofres** publiée lors du « Grand Prix des marques Automobiles » avec le Journal de l'Automobile a classé BMW deux fois N° 1 lors des 3 dernières années. Les clients de la marque expriment ainsi leur niveau remarquable de satisfaction. En outre, le CNPA, relayé par Auto-Info a placé BMW le plus souvent N° 1 dans sa cote d'amour des constructeurs depuis sa création il y a 20 ans.
- **BMW Group a été distingué 9 fois** en tête du secteur automobile par l'Indice Dow Jones du Développement Durable et de nombreuses fois par le Carbon Disclosure Project pour les mesures prises en faveur de l'environnement.
La banque Oddo a mis BMW Group en tête des 100 grandes entreprises européennes pour la qualité de leur gouvernance et leur implication dans les enjeux climatiques.
- **Norbert Reithofer,** Président du Conseil de Surveillance de BMW Group a été distingué « Homme de l'Année Automobile » par un jury de 40 journalistes, au titre de la « Stratégie Number One » déployée depuis 2007.

Aperçu des immatriculations de BMW Group en France en 2015

	Volume 2015	Volume 2014	Part de marché 2015 (%)	Var 2015/2014 (%)
Total Marché MTM	1 917 230	1 795 913	100	+ 6,8
Total BMW Group	76 070	65 972		+ 15,3
BMW dont BMW i	53 558 922	47 682 654	2,79 4,62	+ 12,3 + 40,2
MINI	22 512	18 278	1,17	+ 23,2
BMW Motorrad Dont + 500 cc dont BMW C evolution, scooter électrique	12 456 12 047 409	11 638 11 410 227	 15,2	+ 7 + 5,6 + 80,2

*Sur circuit ou en Allemagne

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél : + 33 1 30 43 94 34
E-Mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Maryse Bataillard
Communication Corporate
Tel : + 33 1 30 43 93 23
E-mail : maryse.bataillard@bmw.fr

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup>

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 2015, BMW Group France a immatriculé 76.077 automobiles des marques BMW et MINI et 12.456 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 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

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 plus de 30 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 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 8,71 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 80,40 milliards d'euros pour l'exercice financier 2014. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.