

Communiqué de presse n°2083
12 avril 2016

BMW Group réalise les meilleures ventes mensuelles de toute son histoire.

En mars, BMW a livré plus de 200 000 véhicules – un record absolu.

MINI signe un record historique de ses ventes mensuelles.

Les ventes de BMW Group ont augmenté de 3,5% en mars, à 240 659 unités.

Depuis le début de l'exercice, les ventes s'élèvent à 557 605 unités, soit une hausse de 5,9%.

Les ventes sur les trois premiers mois de l'année affichent une progression de 9,5% en Europe et de 10,0% en Asie.

BMW Group France enregistre une forte croissance de ses immatriculations à +20,8% .

Munich. En mars 2016, BMW Group a vendu plus de véhicules que durant n'importe quel autre mois de ses 100 ans d'histoire. 240 659 véhicules des marques BMW, MINI et Rolls-Royce ont été livrés aux clients dans le monde, soit une hausse de 3,5% par rapport au même mois l'an dernier. Depuis le début de l'année, les ventes ont grimpé de 5,9% à 557 605 unités.

« Le mois de mars 2016 a été le meilleur mois en termes de ventes dans l'histoire de BMW Group et je suis ravi que notre gamme de produits innovants nous assure une croissance continue, durable et rentable, » a déclaré Ian Robertson, membre du directoire de BMW Group en charge des ventes et du marketing BMW. « De manière générale, je suis convaincu que cette tendance positive se poursuivra tout au long de l'année, » a-t-il ajouté.

Pour la première fois, la marque **BMW** a dépassé la barre des 200 000 véhicules vendus en un seul mois. 201 352 véhicules BMW ont été livrés aux clients en mars, soit une hausse de 2,9% comparé au même mois - déjà très positif - de l'exercice précédent. La marque a aussi réalisé les meilleures ventes de son histoire sur les trois premiers mois de l'année, avec 478 743 véhicules livrés (+6,0%). La croissance des ventes a été répartie sur toutes les gammes de la marque. Par exemple, durant les trois premiers mois de l'année, 43 657 BMW Série 2 ont été vendues, soit une progression des ventes de 56,3% par rapport à la même période l'an dernier. Les ventes de BMW X1 ont bondi de 67,7% à 51 002 unités par rapport au premier trimestre de l'an dernier, celles de BMW X3 de 27,2% (38 719 unités) et celles de BMW X6 de 15,1% (11 043 unités). Le modèle phare de la marque, la

nouvelle BMW Série 7, a été livrée à 10 588 clients durant les trois premiers mois de 2016, soit une hausse de 20,3% par rapport à la même période l'an dernier.

5 128 véhicules électriques BMW i ont été livrés aux clients dans le monde depuis le début de l'année, dont 2 255 en mars.

Dans l'histoire de l'entreprise, **MINI** n'a jamais vendu autant de véhicules que durant le mois de mars 2016. 39 061 unités ont été livrées aux clients dans le monde, soit une augmentation de 6,6% par rapport au même mois l'an dernier. Au cours du premier trimestre 2016, les ventes de MINI ont aussi atteint un nouveau record avec 78 311 unités livrées, soit une hausse de 5,4% par rapport à la même période l'an dernier. « Les clients dans le monde apprécient les nouveaux modèles attractifs de nos gammes, comme le prouvent nos ventes historiques, » a déclaré Peter Schwarzenbauer, membre du directoire BMW Group en charge des ventes et du marketing MINI, BMW Motorrad et Rolls-Royce. « Lancé récemment, le MINI Clubman a notamment attiré de nouveaux clients, avec plus de 12 000 véhicules vendus depuis le début de l'année, » a-t-il ajouté.

Au cours des trois premiers mois de l'année, 551 **Rolls-Royce Motor Cars** ont été livrés aux clients, soit une baisse de 29,4% comparé à la même période l'an dernier. Après avoir enregistré en 2015 le deuxième meilleur résultat de ventes annuelles de ses 112 ans d'histoire, Rolls-Royce Motor Cars s'est concentré au cours du premier trimestre 2016 sur les importants préparatifs liés au démarrage de la production du nouveau cabriolet Dawn. Les premières livraisons du Dawn auront lieu au cours du deuxième trimestre et les précommandes battent tous les records précédents. Cette forte demande a nécessité un rééquilibrage des actifs de production au sein de l'usine de Goodwood, ce qui a affecté les capacités de production au cours du premier trimestre. La marque Rolls-Royce continue d'œuvrer pour une croissance durable à long-terme.

En Europe, la tendance positive des ventes de BMW et MINI s'est poursuivie, avec des livraisons atteignant 256 973 unités au cours des trois premiers mois, soit une hausse de 9,5% comparé au premier trimestre de l'an dernier. De nombreux marchés européens ont vu leurs ventes progresser, avec une croissance à deux chiffres constatée sur plusieurs marchés, notamment au Royaume-Uni (59 121 unités / +10,6%) et en Espagne (13 839 / +22,7%).

En **France**, BMW Group a vu son volume d'immatriculations bondir de 20,8% sur les trois premiers mois, avec 20 797 véhicules livrés. BMW Group France consolide ainsi sa position de leader sur le segment Premium VP du marché automobile français et atteint un nouveau record historique. La marque **BMW** enregistre une hausse de 22,4% de ses

livraisons dans l'Hexagone avec 14 816 immatriculations au premier trimestre, dont notamment 2 433 BMW Série 1, 2 256 BMW X1 et 2 440 BMW Série 2 Active Tourer et Gran Tourer. Cette croissance de BMW en France est portée à la fois par les modèles compacts mais aussi par les limousines BMW Série 7 et les modèles BMW i électriques et hybrides rechargeables. Les immatriculations de **MINI** en France ont augmenté de 17% sur les trois premiers mois, à 5 980 unités.

En Asie, les livraisons de BMW et MINI ont affiché une hausse de 10,0% par rapport au premier trimestre de l'an dernier, avec 182 982 unités livrées dans la région. En Chine continentale, les livraisons ont augmenté de 10,5% (127 105 unités), tandis qu'en Corée du Sud, elles ont bondi de 15,0% (14 465 unités) et au Japon de 8,9% (18 668 unités).

Dans la région des Amériques, les ventes de BMW et MINI sur les trois premiers mois de l'année ont diminué de 8,6% avec 100 081 unités livrées aux clients. Si les ventes de 81 452 véhicules aux Etats-Unis correspondent à une baisse de 10,8% par rapport à la même période l'an dernier, les livraisons au Canada ont par contre enregistré une progression de 10,9% (8 751 unités).

Le mois de mars 2016 a aussi été un mois de record historique pour **la marque BMW Motorrad** avec des livraisons en hausse de 3,5% (16 465 unités). 33 788 motos et maxi-scooters BMW ont été livrés dans le monde depuis le début de l'année 2016 (+7,7%).

Aperçu des ventes de BMW Group cumulées à mars 2016

	En mars 2016	Comparé à l'exercice précédent	Cumulé à mars 2016	Comparé à l'exercice précédent
BMW Group Automobiles	240 659	+3,5%	557 605	+5,9%
BMW	201 352	+2,9%	478 743	+6,0%
MINI	39 061	+6,6%	78 311	+5,4%
Rolls-Royce	246	-25,0%	551	-29,4%
BMW Motorrad	16 465	+3,5%	33 788	+7,7%

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication

Maryse Bataillard
Communication Corporate

Tél : + 33 1 30 43 94 34

E-Mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Tel : + 33 1 30 43 93 23

E-mail : maryse.bataillard@bmw.fr**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 plus de 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 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 1^{er} 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 2015, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 247 485 automobiles et près de 137 000 motos. En 2015, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,22 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 444 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.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>