

Communiqué de presse 2198
11 Novembre 2016

Les ventes de BMW Group continuent de progresser en octobre.

196 002 véhicules vendus en septembre, soit une hausse 2,3%. Depuis le début de l'année, les ventes ont progressé de 5,8% avec 1 942 642 unités vendues.

Les livraisons de **BMW** ont augmenté de 5,5% à 1 646 743 unités depuis le début de l'exercice.

100 000ème BMW électrique vendue depuis le lancement de la BMW i.

Hausse de 7,3% des ventes de **MINI** dans les dix premiers mois à 292 823 unités.

Munich. Les ventes de BMW Group n'ont jamais été aussi élevées en octobre, avec 196 002 unités livrées, soit une hausse de 2,3% par rapport au même mois l'an dernier. Grâce à ces résultats, les ventes depuis le début de l'exercice ont atteint un total de 1 942 642, soit une progression de 5,8% comparée au dix premiers mois de l'année dernière.

« Toutes les marques Premium de BMW Group ont contribué à ces nouveaux résultats record et je suis convaincu que cette tendance va se poursuivre jusqu'à la fin de l'année », a déclaré Ian Robertson, Membre du Directoire, ventes et marketing BMW. « Nous venons de vendre notre 100 000ème modèle électrifié, ce qui prouve bien notre succès dans l'électromobilité, qui est un segment de plus en plus important », a ajouté Ian Robertson. « Notre concept de flexibilité des ventes globales visant un équilibre entre les grands continents nous donne les moyens de faire face aux vents contraires sur certains marchés en renforçant nos ventes dans d'autres régions, ce qui nous permet de garder le focus sur la rentabilité au niveau mondial ». Au cours des dix premiers mois de l'année, 1 646 743 véhicules de la marque **BMW** ont été vendus dans le monde, soit 5,5% de plus que l'an dernier à la même période. En octobre, 166 805 véhicules BMW ont été livrés, une hausse de 1,1% par rapport

Information Media

Date 11 Novembre 2016

Sujet Les ventes de BMW Group continuent de progresser en octobre

Page 2

à l'année précédente. La tendance mondiale observée dans la catégorie des SUVs continue à se traduire par une forte croissance des ventes de la gamme BMW X. En octobre, les ventes de la BMW X1 ont plus que doublé par rapport au même mois l'an dernier à 21 072 unités (+139,1%) ; celles de la BMW X3 ont augmenté de 5,1% (12 533 unités) et celles de la BMW X5 de 4,9% (14 203 unités). Un an après son lancement, la BMW Série 7, véhicule phare de la marque, voit ses ventes bondir de 79% en octobre à 5 664 unités. Au cours des dix premiers mois, 47 416 BMW Série 7 ont été vendues (+67,2%), ce qui fait de cette sixième génération le modèle de sa série le plus vendu l'année suivant son lancement.

Avec le développement significatif de la demande pour des modèles électrifiés, les ventes impressionnantes de véhicules électriques BMW i et de véhicules hybrides rechargeables BMW iPerformance (5 952 unités en octobre) marquent une étape importante pour l'électromobilité chez BMW Group : le 100 000ème véhicule a été vendu au tout début du mois de novembre. Près de la moitié de ces 100 000 ventes a été réalisé sur la seule année 2016, avec 47 286 modèles BMW i et BMW iPerformance vendus au cours des dix premiers mois. « Nos efforts constants dans le domaine de l'électromobilité portent leurs fruits », a commenté Ian Robertson.

« BMW i et BMW iPerformance offrent à nos clients la gamme la plus large de motorisations électrifiées à travers tous les segments. BMW i continue d'être le fer de lance de l'innovation chez BMW Group, permettant un transfert de technologies vers toutes nos gammes », a ajouté Ian Robertson.

Les ventes de la marque **MINI** ont augmenté de 8,9% en octobre, avec 28 746 unités livrées dans le monde. Les deux modèles les plus récents de la marque Premium continuent d'être ses plus gros facteurs de croissance. En octobre, 5 411 MINI Clubman ont été livrées dans le monde, soit 49 218 unités depuis le début de l'année. Les ventes mensuelles de la MINI Cabrio ont atteint 2 152 unités en octobre (+159,6%), et 25 144 unités (+92%) sur les dix premiers mois.

Information Media

Date 11 Novembre 2016

Sujet Les ventes de BMW Group continuent de progresser en octobre

Page 3

En **Europe**, les ventes mensuelles combinées des marques BMW et MINI totalisent 90 574 unités en octobre, soit une hausse de 6,4% par rapport au même mois l'an dernier. Depuis le début de l'année, les ventes dans la région ont progressé de 10%, avec 897 493 véhicules vendus. Tous les marchés de la région ont contribué à la forte croissance de cette année, avec de nombreuses progressions à deux chiffres, dont l'Italie (+18%, 68 282 unités), l'Espagne (+19,9%, 45 141 unités) et les pays scandinaves (+14.4%, 43 433 unités).

En Asie, BMW et MINI ont également enregistré une forte croissance des ventes le mois dernier avec 63 006 unités livrées en octobre (+6,6%). Au cours des dix premiers mois, 611 020 véhicules BMW et MINI ont été vendus en Asie, soit une augmentation de 8,9% par rapport à la même période l'an dernier. La Chine continentale, premier marché de la région, a réalisé une hausse de 10,2% par rapport aux dix premiers mois de l'année 2015, totalisant 423 330 véhicules vendus jusqu'à présent en 2016. Depuis le début de l'exercice, les ventes ont également connu une forte croissance sur plusieurs autres marchés de la région: le Japon (+9,1%, 60 484 unités) et la Corée du Sud (+10%, 49 016 unités) en sont deux exemples.

Dans la région des Amériques, BMW et MINI ont vu leurs ventes diminuer de 11,6% en octobre par rapport au même mois l'an dernier, avec 36 743 véhicules livrés. Depuis le début de l'année, 373 822 véhicules BMW et MINI ont été vendus dans la région, soit une baisse de 7,1% par rapport à la même période l'an dernier. Alors que les ventes depuis le début de l'année ont augmenté de 7% au Canada (37 373 unités) et de 14% au Mexique (27 858 unités), le marché extrêmement concurrentiel aux Etats-Unis a conduit à une baisse des livraisons de 9,6% (297 015 unités).

Cette année continue d'être la meilleure jamais enregistrée pour **BMW Motorrad**, qui voit ses ventes augmenter de 19,1% au mois d'octobre par rapport au même mois l'an dernier (10 974 unités). Les ventes depuis le début de l'année ont progressé de 2,3% avec 127 018 motos et maxi-scooters livrés au cours des dix premiers mois.

Aperçu des ventes de BMW Group cumulées à octobre 2016

	En octobre 2016	Comparé à l'exercice précédent	Cumulé à octobre 2016	Comparé à l'exercice précédent
BMW Group Automobiles	196 002	+2,3%	1 942 642	+5,8%
BMW	166 805	+1,1%	1 646 743	+5,5%
MINI	28 746	+8,9%	292 823	+7,3%
BMW Motorrad	10 974	+19,1%	127 018	+2,3%

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

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'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.

Information Media

Date 11 Novembre 2016

Sujet Les ventes de BMW Group continuent de progresser en octobre

Page 5

Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 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>