

Communiqué de presse n° 2217
4 janvier 2017

BMW Group conforte sa position de leader du segment Premium VP en France avec de nouveaux records historiques des ventes pour chacune de ses marques et devient le 4^e groupe automobile du marché français.

- **BMW Group France** enregistre une progression de 12,7 % de ses ventes automobiles et de 9,2% de ses ventes motos, à 99 300 immatriculations en 2016.
- **BMW** atteint 60 521 VP, en progression de 13 % par rapport à 2015.

BMW est **numéro un des ventes 4 roues motrices**, toutes marques confondues, avec la technologie BMW xDrive

BMW est la **marque Premium leader** sur le segment des **ventes aux entreprises**

BMW est **numéro un des ventes** de voitures **hybrides rechargeables** avec la gamme BMW iPerformance

BMW s'impose **en tête des ventes des limousines de luxe** avec la BMW série 7

- **MINI** progresse de 11,8 % à 25 176 immatriculations
- **BMW Motorrad**, avec 13 603 immatriculations, progresse de 9,2 %
- **Pour ses 100 ans**, BMW Group a présenté ses 4 iconiques « Vision Next » et s'est résolument projeté dans l'avenir de la **mobilité Premium** individuelle

Paris - Sur l'ensemble de l'année 2016, **BMW Group France** a enregistré une forte hausse (+12,7 %) de ses immatriculations du segment automobile à **85 697 véhicules** (2015 : 76 070). BMW Group France devient ainsi le 4^e groupe constructeur automobile en France tous segments confondus et conserve sa position de leader sur le segment Premium VP du marché automobile français.

« En 2016, BMW Group a surperformé par rapport à nos attentes sur le marché français en cumulant une nette hausse des ventes et d'importantes avancées sur les segments stratégiques des voitures électriques, hybrides rechargeables, limousines de luxe et sportives avec la marque BMW M », a déclaré **Serge Naudin, Président du Directoire de BMW Group France**. « De plus, BMW continue à jouer un rôle pionnier dans l'introduction des nouvelles technologies avec, entre autres, l'assistance à la conduite en embouteillage et sur autoroute, le stationnement

autonome télécommandé, la commande gestuelle introduite sur la BMW Série 7 en 2015, ou les nouvelles batteries de la BMW i3 portant son autonomie à plus de 400 km (avec prolongateur d'autonomie). Avec la marque électrique BMW i, nous introduisons les services à la mobilité durable du futur : le routage multimodal, suggérant d'emprunter les transports publics en fonction de la situation du trafic, l'accès au réseau de recharge ChargeNow, le développement de l'offre parking avec recharge (ParkNow), le déploiement européen de l'offre d'auto-partage DriveNow », a-t-il ajouté.

1. Résultats par marques

BMW

La marque **BMW**, avec **60 521 unités** vendues en 2016 (2015 : 53 558), a vu ses ventes grimper de 13 % et progresse fortement sur tous les segments :

Leader sur le segment des quatre roues motrices, BMW xDrive est toujours la technologie 4 roues motrices la plus vendue en 2016, tous segments confondus, avec près de 22 500 immatriculations. Les BMW X1 (9 893 unités) et BMW X3 (4 093 unités) ont enregistré de très belles performances de ventes.

BMW est aussi en tête sur le segment de la limousine de luxe avec la berline la plus innovante de sa catégorie, la **BMW Série 7** (643 unités).

Forte progression des véhicules électrifiés, avec sa marque électrique **BMW i** et ses modèles hybrides rechargeables **BMW iPerformance**. Avec 2 903 voitures immatriculées, ce segment représente presque 5 % des ventes de BMW.

Le modèle électrique BMW i3 progresse de 63,9 % à 1 347 immatriculations avec un équilibre notable des ventes de modèles avec ou sans prolongateur d'autonomie.

En 2016, BMW est aussi leader du segment des voitures hybrides rechargeables avec la plus large gamme de modèles: le monospace BMW 225xe Active Tourer, le BMW X5 xDrive 40e, la limousine BMW 740e et les berlines BMW 330e et 530e s'ajoutent à la GT futuriste BMW i8 lancée dès juin 2014. Comptant déjà 1 556 immatriculations, ces modèles hybrides rechargeables rencontrent un engouement grandissant en France.

Croissance significative des gammes compactes Premium : Cette croissance est portée par le succès de la BMW Série 1 (10 104 unités), de la BMW X1 (9 893 unités) et des BMW Série 2 Active Tourer et Grand Tourer (10 854 unités) qui forment le podium des immatriculations.

Excellentes performances de la marque sportive BMW M, qui enregistre près de 600 ventes, avec les BMW M2, M3 et M4 en pointe.

MINI

La marque **MINI** affiche un record pour la deuxième année consécutive avec un volume total de **25 176 immatriculations** (2015: 22 512) et une **progression de 11,8 %**.

La **MINI Hatch**, disponible en 3 et 5 portes, est la citadine Premium la plus vendue en France (plus de 14 704 unités).

Pour sa première année pleine, le **MINI Clubman**, introduit en octobre 2015, confirme son succès avec 4 237 immatriculations, démontrant la capacité de MINI à séduire de nouveaux clients sur le segment des voitures compactes Premium.

Le **MINI Cabrio** enregistre sa meilleure année historique à 2 372 unités.

2016 fut également une très bonne année pour le **MINI Countryman** (3 488 unités), avant le lancement du nouveau modèle en février prochain, qui sera le 2^e véhicule de la gamme MINI sur le segment des compactes, dans la catégorie SUV cette fois-ci.

Le nouveau MINI Countryman viendra conforter la position de MINI sur le segment C Premium le plus porteur du marché français.

Enfin, les modèles sportifs **MINI John Cooper Works** ont également enregistré un record historique de ventes avec plus de 700 immatriculations en 2016, marquant l'engouement des clients pour JCW et ce avant même le lancement de la version sportive du Clubman en novembre cette année et de celle du Countryman en avril 2017.

Ventes par canal

Les ventes aux particuliers pour les marques BMW et MINI sont respectivement en progression de 10 % et 12 % sur un segment étale à +1 %.

Les ventes aux entreprises BMW et MINI affichent une nouvelle année record, représentant respectivement 38 % et 22,5 % du total des ventes des deux marques. BMW Group progresse à la fois sur les ventes aux flottes entreprises (+7,4 %) et sur les locations de longue durée aux professions indépendantes et aux PME-TPE (+20,5 %).

BMW conforte sa place de numéro un des constructeurs Premium en ventes aux entreprises (22 791 unités) avec de forts succès à la fois sur le segment des compactes Premium et le segment luxe.

Les ventes de BMW i3 électriques s'accroissent fortement dans les flottes entreprises. Les BMW X1, BMW Série 1, BMW Série 2 Active Tourer et Gran Tourer sont toujours fortement demandées. La BMW Série 7 est la limousine de luxe la plus vendue auprès des entreprises françaises.

BMW Motorrad

BMW Motorrad a enregistré des résultats record historiques avec 13 603 motos immatriculées en France, soit une hausse de 9,2% (2015 : 12 456) et une part de marché s'établissant à 16,2 %.

Cette croissance est notamment portée par le succès de la R nine T, de la R 1200 RT qui consolide sa position de leader sur le segment des routières avec près 1 700 unités ainsi que du tandem R 1200 GS et R 1200 GS Adventure qui progressent encore pour s'établir désormais à plus de 4 000 unités.

La croissance de BMW Motorrad est aussi portée par le succès des nouveaux C 650 Sport et C 650 GT qui voient leurs volumes doubler en 2016.

BMW Motorrad reste la marque **numéro 1 sur le segment des plus de 750 cm³** et consolide ainsi **sa deuxième place sur le segment des plus de 500 cm³**.

La France est également **premier marché mondial pour le scooter électrique BMW C Evolution**, qui confirme son succès avec plus de 500 immatriculations sur ce nouveau segment en 2016.

Pour 2017, Serge Naudin, Président du directoire de BMW Group France estime que « les très nombreuses nouveautés attendues dans chacune de nos marques nous permettent d'envisager une nouvelle progression, tant en volume qu'en part de marché pour 2017, dans un marché probablement stable autour de 2 millions d'unités de voitures particulières neuves ».

2. A l'occasion de ses 100 ans, BMW Group a présenté sa vision de la mobilité du futur.

En 2016, BMW Group a célébré son centenaire sous le thème «THE NEXT 100 YEARS » et présenté quatre véhicules « Vision Next 100 » illustrant sa vision de la mobilité du futur pour chacune de ses marques BMW, MINI, BMW Motorrad et Rolls Royce. Avec ces quatre concepts iconiques, BMW souhaite explorer les réflexions suivantes : comment évolueront la société, les conditions de vie en milieu urbain et par conséquent la mobilité individuelle Premium et luxe? Quelles opportunités nous ouvrent les nouvelles technologies? Que signifieront la digitalisation et la connectivité pour nos besoins futurs dans le domaine automobile ?

En mars 2016, BMW Group a également lancé sa **nouvelle stratégie Number ONE Next** qui se concentre sur l'expérience client et la mobilité Premium durable, à travers quatre axes stratégiques ACES : la conduite Autonome, la Connectivité, l'Electromobilité et les Services à la mobilité ou auto-partage.

Au niveau mondial, 100 000 véhicules électrifiés ont été vendus depuis le lancement de BMW i et BMW iPerformance et BMW Group se fixe l'objectif ambitieux de 100 000 unités vendues pour 2017.

3. BMW Group en pointe dans l'innovation, la satisfaction client 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 depuis 2015 la fonction parking automatisée, l'assistance à la conduite sur autoroute 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.

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 à base d'énergie 100 % renouvelable.

BMW Group entend aussi créer un nouveau mode de vie mobile qui s'appuiera entièrement sur une gamme de services de mobilité. Le programme d'auto-partage Premium BMW DriveNow s'étend aujourd'hui à de grandes villes européennes et aux USA et compte déjà 750 000 abonnés. Le programme ParkNow propose des solutions de stationnement avec des bornes de recharges réservables à l'avance. ChargeNow offre quant à lui aux clients BMW i un service innovant facilitant l'accès à près de 3 000 bornes de recharge en France.

La marque BMW sur le Podium : l'étude TNS Sofres publiée lors du « Grand Prix des Marques Automobiles » avec le Journal de l'Automobile a classé BMW deux fois numéro 1 lors des trois 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 à la première place dans sa cote d'amour des constructeurs depuis sa création il y a 20 ans.

En 2016, BMW Group a été à nouveau primé pour son engagement dans la mobilité durable. BMW Group a été distingué pour le 9^e fois, sur les 10 dernières années, en tête du secteur automobile par l'Indice Dow Jones du Développement Durable. C'est la seule entreprise de ce secteur à avoir été listée dans l'Index sans discontinuité depuis sa création.

BMW Group a de nouveau été nommé à la première place du Carbon Disclosure Project pour les mesures prises en matière de protection de l'environnement et a été reconnu comme le constructeur automobile Premium le plus respectueux de l'environnement.

Aperçu des immatriculations de BMW Group en France en 2016

	Volume 2016	Volume 2015	Part de marché 2016 (%)	Variation 2016/2015 (%)
Total Marché MTM	2 015 193	1 917 230	100	+ 5,1
Total BMW Group (segment automobile BMW et MINI)	85 697	76 070	4,25	+ 12,7
BMW dont BMW i dont BMW iPerformance	60 521 1 347 1 556	53 558 922 303	3,0 5,93* 25,11**	+ 13,0 + 63,9
MINI	25 176	22 512	1,25	+ 11,8
BMW Motorrad Dont + 500 cc dont BMW C Evolution	13 603 13 100 503	12 456 12 047 409	16,2	+ 9,2 + 8,7 + 23,3

- Part de marché du segment voitures électriques
- Part de marché du segment voitures hybrides rechargeables

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.com

Facebook: <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 plus de 5.000 salariés en France. En 2016, BMW Group France a immatriculé 85 697 automobiles des marques BMW et MINI et 13 603 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.

Communication et relations publiques

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), 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 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.