

Communiqué de presse n°2921  
17 mars 2021

## **BMW Group accélère son offensive technologique vers la mobilité électrique, le numérique et l'économie circulaire.**

### **Electrique, numérique, circulaire : une feuille de route claire pour la transformation**

- La BMW iX\* et la BMW i4, qui sera introduite trois mois plus tôt que prévu, rejoindront en 2021 les modèles électriques déjà existants. Elles seront les fers de lance des véhicules 100% électriques de BMW.
- Des architectures intelligentes de véhicules, combinées à un réseau de production très flexible, vont permettre au BMW Group de compter une douzaine de modèles entièrement électriques sur les routes du monde entier d'ici 2023. Tous les usages seront ainsi couverts dans 90 % des segments de marché.
- D'ici à 2025, les livraisons de cette nouvelle génération de voitures électriques vont croître en moyenne de plus de 50 % par an et donc être multipliées par dix par rapport à 2020.
- A partir de 2030, les véhicules électriques représenteront 50 % des livraisons mondiales pour le BMW Group. C'est à cette date que la marque citadine MINI sera exclusivement électrique.
- Ce bouleversement de l'offre impose une approche radicalement nouvelle en termes de développement durable.
- BMW Group va continuer à réduire considérablement sa consommation de ressources en général et augmenter la « recyclabilité » globale de ses véhicules.
- C'est pourquoi, dès la conception des véhicules, la part des matériaux recyclés (tels que l'acier, le plastique ou l'aluminium) sera fortement augmentée en vue de minimiser l'extraction de matières premières primaires. « Nous sommes déterminés à faire en sorte que la voiture électrique la plus "verte" du marché soit fabriquée par BMW », a déclaré M. Zipse.

- Pour prendre l'exemple de la BMW iX\*, les premières mesures mises en place, telles que l'utilisation d'électricité renouvelable pour produire les cellules de la batterie combinée à l'utilisation accrue de matériaux secondaires, ont permis de réduire l'impact carbone de 17 % par rapport à un véhicule similaire produit sans ces initiatives et la technologie e-Drive de BMW se passe des terres rares.
- En 2020, BMW Group a surpassé l'objectif de 104g/km fixé par la Commission Européenne pour arriver à un chiffre provisoire de 99g/km.
- Pour répondre aux exigences futures dans tous les domaines, de la mobilité électrique, aux données et à leur analyse, BMW Group lance le plus grand plan de formation de son histoire. Quelque 75 000 participants suivront une formation continue en 2021 rien qu'en Allemagne. Cette opération de grande envergure s'inscrit dans la longue tradition du groupe, qui consiste à transformer les usines et les sites en fonction des besoins, tout en préservant les emplois pour l'avenir.
- En termes de numérisation, le système d'exploitation BMW OS 8, qui sera installé pour la première fois dans la BMW iX\*, est le système de traitement des données embarqué le plus puissant jamais développé par BMW Group.
- Le nouveau système d'exploitation fait de chaque BMW un ordinateur sur roues capable d'effectuer des mises à jour à distance. A la fin 2021, quelques deux millions de véhicules en auront la capacité. Ce système d'exploitation BMW OS 8 permettra de proposer une offre plus flexible à ses clients, qui pourront activer à la demande et pour la durée qu'ils souhaitent un certain nombre de fonctionnalités sur leur véhicule.

**De solides performances 2020 portées par le second semestre. L'année 2021 commence bien.**

- Les ventes mondiales de véhicules électrifiés de BMW Group ont été la clé de croissance en 2020 (+31,8 %).
- BMW Group affiche des résultats en hausse pour chaque trimestre 2020, à l'exception du second, par rapport à 2019.
- Le bénéfice avant impôt du quatrième trimestre a augmenté à 2 260 millions d'euros (2019 : 2 055 millions d'euros ; +10,0 %). La marge opérationnelle a atteint 7,7 % (2019 : 7,0 %).

- Sur l'année 2020, les livraisons ont baissé modérément de 8,4 % à 2,3 millions d'unités. Le chiffre d'affaires a baissé de 5 % à 99 milliards pour une marge avant impôt de 5,3 % (2019 : 6,8 %).
- Les dépenses sont restées stables pour ce qui est de la production et des dépenses de R&D (6,3% du CA) pour pouvoir préserver l'avenir.

**Perspectives 2021.**

- Malgré la situation volatile, BMW Group prévoit une hausse significative du bénéfice avant impôts.
- Le segment Automobile devrait enregistrer une solide augmentation des livraisons aux clients du monde entier en glissement annuel. La marge opérationnelle du segment devrait se situer dans une fourchette de 6 à 8 %.
- Le rendement des capitaux propres des services financiers devrait se situer dans une fourchette de 12 à 15 %.
- Quant au segment moto, la marge opérationnelle devrait se situer dans une fourchette de 8 à 10 %.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard  
Chef du Service Communication  
Corporate et Mécénat  
01 30 03 19 41  
[maryse.bataillard@bmw.fr](mailto: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 pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international).

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2020, BMW Group France a immatriculé 67 359 automobiles des marques BMW et MINI et 18 081 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. 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 dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

[www.bmw.fr](http://www.bmw.fr)

Facebook: [www.facebook.com/BMWFrance](https://www.facebook.com/BMWFrance)

Twitter: [www.twitter.com/BMWFrance](https://www.twitter.com/BMWFrance)

Instagram: [www.instagram.com/bmwfrance](https://www.instagram.com/bmwfrance) et [www.instagram.com/bmwgroupculture\\_fr](https://www.instagram.com/bmwgroupculture_fr)

YouTube: [www.youtube.com/BMWFrance](https://www.youtube.com/BMWFrance)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/bmw-group-france](https://www.linkedin.com/company/bmw-group-france)

**BMW Group**

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, 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.

En 2020, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos. En 2019, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,118 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 104,21 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, les effectifs de BMW Group étaient de 126 016 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: [www.facebook.com/BMWGroup](https://www.facebook.com/BMWGroup)

Twitter: [www.twitter.com/BMWGroup](https://www.twitter.com/BMWGroup)

YouTube: [www.youtube.com/BMWGroupView](https://www.youtube.com/BMWGroupView)

Instagram: [www.instagram.com/bmwgroup](https://www.instagram.com/bmwgroup)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/bmw](https://www.linkedin.com/company/bmw)