

Communiqué de presse n°3048

10 janvier 2022

BMW Group consolide sa première place du segment Premium en France avec 71 306 immatriculations en 2021 pour ses marques BMW et MINI. BMW Motorrad franchit pour la première fois le cap des 20 000 immatriculations.

Communiqué.

- **BMW Group France enregistre 71 306 ventes de voitures** de ses marques BMW et MINI en 2021 et conclut l'année en progression de 5,9 % avec une part de marché de 4,3 %.
- **Le succès des modèles électrifiés BMW et MINI se confirme** avec 7 488 véhicules électriques (+76 % par rapport à 2020) et 13 272 hybrides rechargeables (+51 % par rapport à 2020) en 2021 pour les deux marques.
- **La marque BMW a immatriculé 45 969 véhicules** en 2021 (+1,1 %).
- **MINI poursuit sa progression** avec 25 337 immatriculations en 2021 (+15,8 %) et signe un record historique en part de marché à 1,53 %.
- **BMW Motorrad signe également un record historique en France en enregistrant 20 333 immatriculations.**
- **BMW Group signe également une très belle performance sur le marché du Véhicule Utilitaire avec une progression de 16,4 % pour BMW et 25,7 % pour MINI.**

Paris. BMW Group France démontre à nouveau sa solidité dans un contexte de marché difficile. Alors que le marché automobile termine l'année pour la seconde fois à un niveau historiquement bas et se contente d'un gain de 0,5 %, BMW Group France confirme sa position de leader du marché Premium local avec 71 306 ventes pour les marques BMW et MINI grâce à une progression de 5,9 % et une part de marché de 4,3 %. Un succès qui repose en grande partie sur les modèles électrifiés qui représentent à eux seuls 20 760 immatriculations pour les marques BMW et MINI.

BMW Motorrad signe pour sa part une année record avec 20 333 immatriculations en 2021 en progression de 12,5 %, pour une part de marché de 10,5 % sur le marché global des deux-roues de plus de 125 cm³. La marque consolide par ailleurs sa deuxième place sur le segment des plus de 500 cm³, avec 17,1 % de part de marché.

« Malgré la reprise progressive de l'économie, le marché automobile a encore été fortement marqué en 2021 par les stigmates de la crise sanitaire, auxquels se sont ajoutés des difficultés

d'approvisionnement en semi-conducteurs. Dans ce contexte difficile, je suis fier de voir que BMW Group France a su s'adapter et trouver des solutions pour ses clients. Cette stratégie payante nous a permis de maintenir notre position de leader sur le segment Premium et d'afficher de très bons résultats sur les canaux des particuliers et des entreprises », déclare **Vincent Salimon, Président du Directoire de BMW Group France.** « Cette année a été aussi une étape cruciale pour BMW Group dans la lutte contre le réchauffement climatique et la préservation des ressources naturelles. Grâce à une vision holistique de la transition vers la mobilité électrique, qui inclut la gestion des matières premières et la réduction des émissions sur tout le cycle de vie de nos véhicules, nous accompagnons progressivement nos clients dans la transition vers les motorisations électriques. La croissance des ventes de véhicules électrifiés se confirme et BMW Group est très bien placé pour répondre à cette demande grâce à ses engagements historiques et à long terme, comme en témoignent les fortes progressions de nos modèles 100% électriques et hybrides rechargeables ».

Résultats par marque et par gamme.

BMW Group France.

Les ventes de modèles électriques et hybrides rechargeables poursuivent leur forte progression et montrent une nouvelle fois la solidité de la stratégie à long terme du BMW Group dans la mobilité électrifiée. Grâce à un large choix de modèles, les marques BMW et MINI cumulent 20 760 ventes d'électriques et d'hybrides rechargeables. Alors qu'ils représentent 18 % du marché global, leur part atteint 28 % chez BMW (5 % pour l'électrique, en progression de 33 %, et 23 % pour l'hybride rechargeable, + 55 %) et 31 % chez MINI (20 % pour l'électrique, avec + 107 %, et 11 % pour l'hybride rechargeable, + 37 %).

La marque BMW, avec 45 969 voitures vendues en 2021, gagne +1,1 % par rapport à 2020, soit une croissance supérieure à celle de la moyenne du marché (+0,5 %). Au-delà du segment premium, BMW est cette année encore, et de loin, la marque leader du marché des voitures à 4 roues motrices, dont elle assure à elle seule 15,7 % des ventes en France. De son côté, la division sportive du constructeur a préparé au mieux son anniversaire. Avant de souffler sa cinquantième bougie, BMW M GmbH a une nouvelle fois terminé l'année en tant que leader du marché des voitures sportives dans l'Hexagone avec 1 721 immatriculations de modèles badgés M ou M Performance (+2,3%).

Les ventes de BMW 100 % électriques enregistrent quant à elles un record de livraisons alors que la BMW iX n'a été lancée qu'en novembre 2021 et que les premières livraisons de BMW i4 ont eu lieu au siège de BMW France mi-décembre.

BMW Group enregistre une nette progression sur les ventes aux particuliers et aux entreprises (sociétés, administrations et loueurs longue durée) avec 45 099 unités des marques BMW et MINI immatriculées sur ces canaux en 2021. Les entreprises et les particuliers représentent ainsi 76 % des ventes de BMW et 90 % de celles de MINI. La marque BMW gagne même 17,5 % sur les canaux des particuliers et des entreprises, alors



qu'ils sont en recul de 2 % en moyenne, et reste solide leader du premium sur les ventes aux entreprises qui représentent 45 % des ventes de la marque grâce à une progression de 22,7 % sur ce canal. Quant à MINI, ses ventes aux entreprises gagnent 40 % et représentent désormais 26 % de ses volumes.

Part de marché record et poussée de l'électrification pour MINI.

En 2021, MINI renforce sa position sur le marché français avec un volume total de 25 337 immatriculations, soit un gain de 15,8 % et une part de marché atteignant un nouveau record historique à 1,53 %. Ce succès est largement porté par la stratégie d'électrification, avec des ventes de modèles électrifiés en hausse de 76 %. Les modèles hybrides rechargeables représentent désormais 11 % des volumes MINI, tandis que l'offre 100 % électrique représente pas moins de 20 % des immatriculations. La version électrique de l'icône MINI Hatch (qui continue à être l'une des citadines Premium les plus vendues en France) entre d'ailleurs dans le Top 10 des voitures électriques les plus vendues en France.

Le MINI Cabrio reste le cabriolet le plus vendu en France avec 2 349 immatriculations en 2021 tandis que le label sportif John Cooper Works enregistre un niveau record de commandes à plus de 1 000 exemplaires, grâce à une efficience remarquable des moteurs et une taxation maîtrisée.

L'année 2022 se présente sous les meilleurs auspices avec une offre de produits comme de financements plus pertinente que jamais, portée par l'électrification et les ventes aux entreprises, et confirmée par le niveau très satisfaisant du portefeuille de commandes.

Les deux marques en forte progression sur le marché des voitures d'occasion.

Les modèles d'occasion diffusés par les réseaux des deux marques de BMW Group sont eux aussi très recherchés puisque sur ce marché BMW enregistre une progression de 16,4 %, tandis que celle de MINI atteint même 25,7 %. Les labels VO affichent des hausses similaires puisque les volumes de BMW Premium Selection gagnent 16,9 % et ceux de MINI Next 25,3 %.

BMW Motorrad franchit pour la première fois le cap des 20 000 immatriculations sur le marché français.

Avec une part de marché de 10,5 % sur le marché des deux-roues de plus de 125 cm³, BMW Motorrad France signe un nouveau record historique en France en enregistrant 20 333 immatriculations (18 081 en 2020, soit une progression de 12,5 %). La France reste ainsi le deuxième marché mondial pour la marque après l'Allemagne, dans un pays où l'engouement pour les deux-roues se poursuit, tant en termes de mobilité urbaine que de loisirs.



BMW Motorrad France consolide également sa place de leader sur le segment des plus de 750 cm³ avec 28,5 % de part de marché (18 714 immatriculations en 2021, soit une progression de 18,7 %) et sa deuxième position sur le segment des plus de 500 cm³ avec 17,1 % de part de marché (18 932 immatriculations en 2021, soit une progression de 12,1 %).

Des résultats qui s'appuient sur le succès de la gamme BMW Motorrad, notamment le retour en force de la BMW R 1250 RT et son bicylindre boxer emblématique (2 582 unités), les performances remarquables de la famille GS avec 8 600 immatriculations (7050 sur les seules BMW R 1250 GS et BMW R 1250 GS Adventure) ainsi que sur le succès de la gamme 4 cylindres de 1000 cm³ (2 199 unités).

BMW Motorrad s'apprête en outre à lancer au premier trimestre 2022 le scooter 100 % électrique BMW CE 04, nouvelle icône de la mobilité urbaine, mais également les nouvelles BMW K 1600. L'année 2022 sera également marquée par le retour de BMW Motorrad sur le marché des administrations en France avec les premières livraisons des motos qui équiperont la Gendarmerie Nationale, la Police Nationale et les Douanes françaises.

Nathanaëlle Heinrich, Directrice de BMW Motorrad France jusqu'à fin 2021 et nouvellement nommée Directrice des Ventes BMW France, se félicite de ces résultats records : « En franchissant le cap symbolique des 20 000 immatriculations, BMW Motorrad prend une nouvelle dimension sur le marché français du deux-roues. Ce résultat est le fruit de l'engagement passionné de nos équipes et du savoir-faire remarquable de notre réseau de concessionnaires. Il renforce encore la position du BMW Group en tant qu'acteur majeur de la mobilité en France, sur 2 et 4 roues. »

Aperçu des immatriculations de BMW Group en France en 2021.

	Vol. 2021	Vol. 2020	Variation (%)	Part de marché 2021 (%)
Total marché	1 659 004	1 650 118	+0,5	-
Total BMW Group	71 306	67 359	+ 5,9	4,3
Dont BEV/PHEV	20 760	13 038	+ 59,2	
BMW	45 969	45 478	+ 1,1	2,8
MINI	25 337	21 881	+ 15,8	1,5
BMW Motorrad	20 333	18 081	+ 12,5	10,5 (+125 cm ³)

Top 3 des immatriculations par marque :

- **BMW** → BMW Série 1 (10 124) / BMW X1 (8 425) / BMW X3 (5 241)
- **MINI** → MINI Hatch 3 portes (10 992 dont 5 141 Cooper SE) / MINI Countryman (6 736) / MINI Hatch 5 portes (4 155)

- **BMW Motorrad** → BMW R 1250 GS (3 568) / BMW R 1250 GS Adventure (3 481) /
BMW R 1250 RT (2 582)

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Chef du service communication corporate et RSE
Tél : 01 30 03 15 52
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 pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques internationaux).

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2021, BMW Group France a immatriculé 71 306 automobiles des marques BMW et MINI et 20 333 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, Faurecia. 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 million de voitures 100% électriques circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. 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 l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. 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

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

Linkedin: 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.



Communication et relations publiques



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 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, les effectifs de BMW Group étaient de 120 726 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

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw