

Communiqué de presse n°3180

15 mars 2023

BMW Group prévoit une croissance rentable en 2023, grâce à la montée en puissance des ventes de voitures électriques et du segment haut de gamme.

- **Olivier Zipse, président du conseil d'administration de BMW AG :**
« Des performances avérées, des technologies tournées vers l'avenir et la NEUE KLASSE comme recette du succès ».
- **Marge EBIT pour 2023 attendue dans une fourchette de 8% à 10%.**
- **Forte demande : 15 % des ventes avec des modèles électriques (BEV) en 2023.**
- **Croissance dynamique des véhicules électriques (BEV) dans les années à venir.**
- **Croissance à deux chiffres dans le segment haut de gamme en 2023.**
- **Nouvelle baisse des émissions de CO2 prévue pour 2023.**
- **Perspectives concrètes pour la NEUE KLASSE : usines et modèles**
- **Plus de détails sur la NEUE KLASSE à l'IAA Mobility**

Munich. Avec la perspective d'une croissance rentable dans un environnement économique toujours difficile, associée à une augmentation très dynamique des ventes de véhicules électriques, BMW Group se tourne vers l'exercice 2023, renforcé par le succès de l'année dernière, basé sur des produits hautement attractifs et technologiquement exceptionnels. L'entreprise poursuit sur cette lancée alors qu'elle prépare le lancement de sa prochaine génération de produits, la NEUE KLASSE, dans deux ans. Les performances avérées du présent et l'accent mis sur les technologies orientées vers l'avenir définiront les bases du succès de cette future génération de produits. Les principaux moteurs de croissance en 2023 seront les véhicules entièrement électriques (BEV) et les modèles du segment haut de gamme, tels que les nouvelles BMW Série 7, BMW X7 et la gamme de modèles Rolls-Royce. Dans ce segment Premium, BMW Group prévoit une croissance d'un pourcentage à deux chiffres situés dans la partie médiane pour l'exercice en cours, les modèles BEV étant même susceptibles de croître dans la fourchette supérieure d'un pourcentage à deux chiffres.

Globalement, BMW Group prévoit que ses livraisons aux clients du monde entier progresseront légèrement en 2023. Dans le même temps, BMW Group s'efforce d'atteindre **un niveau de rentabilité élevé** dans son cœur de métier et prévoit une **marge EBIT de 8% à 10%** dans le segment automobile pour l'exercice financier de l'année. Il convient de noter que depuis la consolidation complète de la coentreprise chinoise BMW Brilliance Automotive, la marge EBIT n'est plus directement comparable à celle des concurrents.

« BMW Group fait preuve d'une grande résilience, en particulier dans des conditions difficiles. L'entreprise anticipe l'évolution de l'environnement économique à un stade précoce et agit en conséquence », a déclaré **Oliver Zipse, président du conseil d'administration de BMW AG**, mercredi à Munich. « Un haut niveau de flexibilité, combiné à nos performances opérationnelles, s'est avéré une combinaison efficace pour garantir le succès du BMW Group, même face à des difficultés et en profitant des opportunités de croissance rentable. »

« BMW Group prouve qu'il peut faire les deux : gérer la plus grande transformation de l'entreprise tout en maintenant sa rentabilité. Notre portefeuille de produits extrêmement solide, en particulier notre gamme impressionnante de véhicules électrifiés et de modèles de luxe, nous permet de réaliser ces deux objectifs », a déclaré **Nicolas Peter, membre du conseil d'administration de BMW AG en charge des finances**. « Nous générons les dépenses pour les innovations à partir des flux de trésorerie actuels. Comme par le passé, notre approche pour BMW Group reste axée sur l'avenir rentable et durable de l'entreprise. »

La gamme électrique (BEV) est le moteur de croissance le plus important en 2023 : 15 % des ventes avec des modèles électriques.

Au cours de l'année écoulée, BMW Group a plus que doublé ses ventes de véhicules électriques pour atteindre plus de 215 000 unités, soulignant ainsi son rôle de **pionnier en matière de mobilité électrique**. L'entreprise a une fois de plus **livré beaucoup plus de voitures entièrement électriques** à ses clients que ses concurrents européens directs et également beaucoup plus **que la majorité des nouveaux acteurs asiatiques et américains**. BMW Group contribue à la protection du climat et a pu réduire sensiblement les émissions de CO₂ de sa flotte, en particulier en Europe : selon des chiffres préliminaires, ses émissions dans l'UE sont tombées à 105 g de CO₂/km en 2022. BMW Group a ainsi largement dépassé la valeur cible de 127,5 grammes de CO₂/km pour sa flotte. Une nouvelle réduction est attendue en 2023.

En ce qui concerne la croissance des ventes de véhicules entièrement électriques, BMW Group constate que non seulement les clients actuels de l'entreprise adoptent des véhicules entièrement électriques, mais que les clients d'autres marques, en particulier, optent également pour les modèles BEV de BMW Group. L'entreprise entend ainsi continuer **à gagner des parts de marché** à l'avenir.

« Notre stratégie produit est convaincante - et à cet égard, le succès de nos modèles parle par lui-même. C'est pourquoi nous nous efforçons de poursuivre la forte croissance enregistrée cette année sur le segment des voitures entièrement électriques, qui devrait représenter 15 % de nos ventes totales", a déclaré Oliver Zipse.

Au cours des deux premiers mois de l'année, BMW Group a plus que doublé ses ventes de voitures entièrement électriques par rapport à la même période de l'année précédente. La croissance a été particulièrement forte en Chine, où les ventes de BEV de l'entreprise ont plus que triplé sur la période de l'année dernière jusqu'à fin février.

Avec le lancement de la nouvelle BMW Série 5 et de la BMW i5 entièrement électrique cette année, BMW Group proposera une offre électrique dans pratiquement tous les principaux segments de son activité. La gamme sera complétée à la fin de l'année par la **BMW iX2** entièrement électrique et, pour la première fois, l'année prochaine, avec la **BMW i5 Touring**, le **tout premier modèle break entièrement électrique**.

MINI et Rolls-Royce seront des marques exclusivement électriques dans moins de dix ans. La marque MINI est sur la voie d'un avenir entièrement électrique dès le début des années 2030. Un premier aperçu de la nouvelle famille MINI a été dévoilé cet été avec le **MINI Concept Aceman**, un nouveau concept de véhicule destiné au segment des voitures compactes haut de gamme : entièrement électrique, sans chrome ni cuir, et doté d'un tout nouveau design. **Les premières voitures électriques de la nouvelle famille MINI devraient être présentées sur le marché cette année.**

La production du **nouveau MINI Countryman** débutera également en 2023 dans l'usine BMW Group de Leipzig. Le modèle crossover sera proposé à la fois avec une chaîne de traction purement électrique et avec des moteurs à combustion interne. Le **seul cabriolet au monde doté d'une transmission purement électrique** est également signé MINI : une édition limitée de la MINI Cooper SE Cabriolet* sera disponible en Europe à partir d'avril et garantira une sensation exclusive de go kart feeling en plein air.

En 2030, la marque **Rolls-Royce** proposera également une **offre exclusivement électrique**, à commencer par la première **Rolls-Royce Spectre entièrement électrique**, qui a célébré sa première mondiale en 2022 et dont les premiers véhicules ont été livrés aux clients cette année.

La part des véhicules électriques (BEV) augmentera de façon dynamique dans les années à venir.

Avec une gamme d'une douzaine de modèles entièrement électriques déjà proposés, BMW Group prévoit une **forte trajectoire de croissance dans les années à venir** : en 2024, au moins une nouvelle voiture lancée, par le BMW Group, sur cinq sera dotée d'une transmission entièrement électrique ; d'ici **2025, un nouveau véhicule livré sur quatre devrait être un BEV** et, d'ici **2026, environ un sur trois**.

Du point de vue du BMW Group, la **NEUE KLASSE**, qui montera alors en puissance, a le potentiel **d'accélérer encore le développement de l'électromobilité**. En fonction des conditions de marché qui prévaudront dans la seconde moitié de la décennie, de l'évolution des prix des matières premières et de leur disponibilité, ainsi que du rythme de développement d'une infrastructure de recharge complète, BMW Group prévoit **d'atteindre plus de 50 % de part de BEV bien avant 2030**.

BMW Group vise à dépasser le volume de **10 millions de véhicules entièrement électriques** livrés à ses clients d'ici **2030**. Une étape importante de cette trajectoire est attendue en **2025**, lorsque le cap des **deux millions de véhicules entièrement électriques** sera probablement atteint.

« Des performances avérées, des technologies orientées vers l'avenir et la NEUE KLASSE : telle est la recette de notre succès pour les années à venir », a déclaré **Oliver Zipse**. « Grâce à cette combinaison, nous sommes en bonne position pour être en mesure de répondre précisément aux différents développements dans les diverses régions du monde. »

Nouveau départ pour NEUE KLASSE : lancement d'au moins six modèles en 24 mois.

Basée sur une architecture conçue sans compromis pour les transmissions électriques (BEV uniquement) et dotée d'un nouveau langage stylistique, la NEUE KLASSE se caractérisera par trois aspects centraux : une toute nouvelle architecture électronique avec un **concept UX/UI** fondamentalement renouvelé, une **nouvelle génération de transmissions électriques et de batteries** hautement performantes avec des améliorations significatives en termes d'efficacité et **un nouveau niveau de durabilité sur tout le cycle de vie**. La technologie sous-jacente servira de base à toute la gamme de modèle BMW qui suivra.

La NEUE KLASSE vise à établir une fois de plus les normes en matière de numérisation et d'électrification, tout en faisant évoluer les caractéristiques d'une BMW typique vers le futur, et ainsi accélérer la demande croissante de véhicules entièrement électriques du BMW Group. À l'occasion de l'**IAA Mobility 2023** à Munich, le groupe présentera de **nouvelles étapes et de nouveaux éléments clés menant à la NEUE KLASSE**.

BMW Group est déjà en mesure de fournir un cadre plus concret pour le **démarrage de la production en série au second semestre 2025** : la production débutera dans la nouvelle usine de Debrecen (Hongrie), qui produira exclusivement des véhicules NEUE KLASSE.

À partir de **2026**, les modèles NEUE KLASSE seront également fabriqués dans **l'usine principale de Munich**, née il y a plus de 100 ans, qui fait actuellement l'objet d'une modernisation complète en vue de ce début de production standard. La production standard de la NEUE KLASSE débutera en **2027** à l'usine de **San Luis Potosi**, où BMW Group investit 800 millions d'euros pour intégrer des modèles entièrement électriques et construire une unité d'assemblage locale de batteries haute tension. D'autres sites de production NEUE KLASSE seront annoncés prochainement. La NEUE KLASSE fera son entrée dans le segment des véhicules à fort volume de la marque BMW avec un **SAV** (Sport Activity Vehicle) et une berline dans **le segment actuel de la Série 3**. Au total, la production d'au moins six modèles NEUE KLASSE débutera dans le réseau de production mondial du groupe au cours des **24 premiers mois de production**.

Affichage tête haute du futur : Le BMW Panoramic Vision dans la NEUE KLASSE.

Au CES de Las Vegas en janvier, BMW Group a présenté la BMW i Vision Dee, une vision futuriste de l'expérience digitale tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la voiture.

L'affichage tête haute avancé sur toute la largeur du pare-brise de la BMW i Vision Dee, ainsi que plusieurs autres fonctionnalités, ne sont pas une vision lointaine, mais bien un aperçu de la NEUE KLASSE. À partir de 2025, cette innovation sera disponible pour la toute première fois sous le nom de « **BMW Panoramic Vision** » dans les modèles NEUE KLASSE.

« Avec la BMW i Vision Dee, nous montrons ce qui est possible lorsque le matériel et le virtuel fusionnent. Pour la NEUE KLASSE, nous exploitons tout le potentiel de la numérisation pour faire du véhicule un compagnon intelligent », a déclaré **Oliver Zipse**.

La pile à combustible à hydrogène, pilier additionnel de la technologie de conduite.

BMW Group continue de considérer que tous les marchés du monde ne disposeront pas des **conditions-cadres nécessaires** pour que tous les clients passent à l'électromobilité pure au cours de la prochaine décennie. Une gamme de technologies de transmission traditionnelles très efficaces sera donc nécessaire **pour répondre aux besoins de mobilité individuels** et, dans le même temps, **contribuer à réduire les émissions de CO₂** dans le secteur des transports.

Un pourcentage croissant du mix de transmission devrait également être fourni par **des piles à combustible à hydrogène** à partir de la seconde moitié de cette décennie. BMW Group poursuit sans relâche le développement de cette technologie en tant qu'option additionnelle pour une mobilité individuelle durable et voit l'opportunité, en fonction des exigences et des conditions du marché, de créer des véhicules de production potentiels au cours de la seconde moitié de la décennie. Au premier trimestre 2023, une **série pilote** de la **BMW iX5 Hydrogen*** a été présentée pour la première fois aux médias internationaux. La flotte est désormais utilisée à l'échelle internationale à des fins de démonstration et de test auprès de différents groupes cibles.

Avec sa **pile à combustible haute performance** et sa batterie d'alimentation optimisée, la BMW iX5 Hydrogen* dispose d'un **système d'entraînement unique au monde**. L'hydrogène nécessaire à l'alimentation de la pile à combustible est stocké dans deux réservoirs de 700 bars en plastique renforcé de fibres de carbone (CFRP). Ensemble, ils contiennent six kilogrammes d'hydrogène, ce qui confère à la BMW iX5 Hydrogen* une autonomie de 504 km en cycle WLTP. Le remplissage des réservoirs d'hydrogène ne prend que trois à quatre minutes, ce qui signifie que la BMW iX5 Hydrogen* offre un plaisir de conduite typique de BMW, même sur de longues distances avec seulement quelques arrêts courts.

La durabilité au cœur de la stratégie.

En 2021, BMW Group est devenu le premier constructeur automobile allemand à rejoindre le programme « **Business Ambition for 1,5 °C** du Science-Based Targets Initiative et s'est ainsi engagé à **atteindre l'objectif d'une neutralité climatique** complète sur l'ensemble de la chaîne de valeur d'ici **2050 au plus tard**.

D'ici 2030, BMW Group prévoit déjà de réduire les émissions de CO₂ d'au moins 40 % par véhicule sur l'ensemble du cycle de vie (chaîne d'approvisionnement, production et phase d'utilisation) par rapport à 2019.

Le groupe continue donc de réduire systématiquement les émissions de CO₂ dans sa chaîne d'approvisionnement. L'accent est mis en particulier sur les matériaux à forte intensité de CO₂ tels que l'**aluminium et l'acier**. Par exemple, BMW Group a décidé de s'approvisionner en aluminium à forte teneur en CO₂ auprès de Rio Tinto au Canada à partir de 2024 et a signé une déclaration d'intention correspondante à cet effet en février. Par rapport à l'aluminium produit de manière conventionnelle, le procédé permet de **réduire d'environ 70 % les émissions de CO₂**. Le volume de livraison prévu doit être utilisé exclusivement pour la production de véhicules à l'usine BMW Group de Spartanburg.

BMW Group réduit également de manière significative son empreinte carbone lors de ses achats d'acier : à la suite de contrats initiaux avec des fournisseurs européens, le groupe a signé de nouveaux accords pour la fourniture d'acier à teneur réduite en CO₂ aux États-Unis et en Chine en 2022. À partir de 2026, l'entreprise approvisionnera plus d'**un tiers de son réseau de production mondial en acier à teneur réduite en CO₂**. BMW Group réduit ainsi l'empreinte carbone de sa chaîne d'approvisionnement d'environ 900 000 tonnes par an tout en favorisant la transformation de l'industrie sidérurgique.

En tenant compte de tous les aspects de la durabilité globale, BMW Group a l'intention d'augmenter progressivement le pourcentage de matériaux recyclés et réutilisés dans ses véhicules NEUE KLASSE (par rapport à la moyenne actuelle d'un peu moins de 30 %) en utilisant l'approche « **Secondary First** ». La **BMW i Vision Circular** a déjà donné un aperçu de ce à quoi pourrait ressembler une mobilité individuelle, durable et luxueuse dans un environnement urbain en **2040 : créée à partir de matériaux secondaires et de matières premières renouvelables et 100 % recyclable**.

BMW Group conclut l'année 2022 avec des indicateurs financiers clés records.

BMW Group a atteint ses objectifs pour 2022 et a ainsi réalisé de solides performances opérationnelles dans un environnement économique et commercial difficile. Cette évolution positive peut être attribuée à l'**amélioration des prix** et à des **effets positifs sur le mix produits**, ainsi qu'à la consolidation complète de la coentreprise chinoise BMW Brilliance Automotive Ltd (BBA).

BMW Group a une fois de plus surperformé sur ses principaux indicateurs financiers clés de l'année précédente, enregistrant **une croissance significative de son chiffre d'affaires, de ses bénéfices et de son bénéfice net.**

Comme prévu, **les livraisons** ont été légèrement inférieures à celles de l'année précédente, à **2 399 632 unités** (année précédente : 2 521 514 véhicules/-4,8 %). La forte demande constante des clients s'est reflétée dans le solide carnet de commandes de l'entreprise. Cependant, les livraisons n'ont pu être entièrement réalisées en raison de difficultés liées à l'approvisionnement en composants semi-conducteurs, de perturbations de la chaîne d'approvisionnement et de blocages liés à la COVID en Chine. Les **véhicules électrifiés** (BEV et PHEV) ont représenté un total de **18,1 %** (433 792 unités/+32,1 % en glissement annuel) des livraisons.

Le chiffre d'affaires du groupe a atteint **142,61** milliards d'euros (exercice précédent : 111,239 milliards d'euros/+28,2 %), l'intégration des revenus de BBA ayant contribué de manière significative à la croissance. BMW Group a également bénéficié d'une **amélioration des prix**, tant pour les ventes de véhicules neufs que pour la revente de véhicules en fin de location, ainsi que d'effets positifs sur la gamme de produits. L'augmentation des coûts des matériels, des matières premières et de la logistique, la hausse des coûts de refinancement due à la hausse des taux d'intérêt, ainsi que les effets de la consolidation de BBA et de l'augmentation du pourcentage de véhicules électrifiés, ont tous contribué à la hausse des coûts.

Dépenses de R&D pour de nouveaux modèles et groupes motopropulseurs électriques de 6^{ème} génération.

La transformation continue du BMW Group se reflète dans l'augmentation modérée des dépenses de recherche et développement : les **coûts de R&D** selon les IFRS se sont élevés à 6,624 milliards d'euros (année précédente : 6,299 milliards d'euros/+5,2 %), principalement en raison de nouveaux modèles, de la NEUE KLASSE et du développement associé de la sixième génération de groupes motopropulseurs électriques. Des investissements supplémentaires ont été également réalisés dans la numérisation du parc de véhicules et la conduite automatisée. Toutefois, le chiffre d'affaires ayant augmenté d'une année sur l'autre, le **ratio de R&D** (selon le Code de commerce allemand) était inférieur à **5,0 %** (année précédente : 6,2 %).

Les dépenses en capitaux pour les immobilisations corporelles et les autres actifs immatériels s'élèvent à **7,791 milliards d'euros** en 2022 (année précédente : 5,012 milliards d'euros/+55,4 %). Cette augmentation reflète la consolidation initiale des investissements et des dépenses en capital de BBA pour de nouveaux modèles tels que la BMW Série 7 et la BMW X1. Des fonds supplémentaires ont été affectés à la montée en puissance accélérée du BEV. Le **ratio d'investissement (Capex)** s'élevait à **5,5 %**.

BMW Group a enregistré un **bénéfice avant résultat financier de 13,999 milliards d'euros** pour l'année 2022 (année précédente : 13,400 milliards d'euros/+4,5 %). Le **résultat avant impôts** du groupe a fortement augmenté et, principalement en raison des effets de valorisation liés à la consolidation complète de BBA, a atteint un nouveau record historique de **23,509 milliards d'euros** (année précédente : 16,060 milliards d'euros/+46,4 %). La **marge EBT** du groupe s'est établie à **16,5 %** (année précédente : 14,4 % ; +2,1 points de pourcentage). Le **bénéfice net** du groupe s'est élevé à **18,582 milliards d'euros** (année précédente : 12,463 milliards d'euros/+49,1 %).

Dividende de 8,50€ par action ordinaire proposé.

Le conseil d'administration et le conseil de surveillance proposeront un **dividende de 8,50 euros** par action ordinaire (5,80 euros l'année précédente) et de **8,52 euros** par **action privilégiée** (5,82 euros l'année précédente) à l'assemblée générale annuelle du 11 mai. Cela représente un **ratio de distribution de 30,6 %** (année précédente : 30,9 %). Conformément à l'autorisation délivrée lors de l'assemblée générale annuelle de mai 2022, le conseil d'administration a choisi de racheter des actions d'une valeur maximale de 10 % du capital social de BMW AG. En décembre 2022, environ **15,3 millions d'actions ordinaires** pour **1,172 milliard d'euro** et environ **1,4 million d'actions privilégiées** pour **106 millions d'euros** avaient été rachetées et déclarées en tant qu'actions propres. Elles ont été reconnues comme des actions propres. BMW AG détient ainsi environ 16,8 millions d'actions propres au 31 décembre 2022, soit 2,53 % du capital social.

La consolidation totale a un impact majeur sur le segment automobile.

Le **segment automobile** a de nouveau bénéficié en 2022 de l'augmentation des ventes de modèles à revenus élevés, de meilleurs prix et de la poursuite de l'évolution positive des marchés des voitures d'occasion. Les recettes ont également été augmentées par les fluctuations des taux de change. En raison de la consolidation complète de BBA, le **chiffre d'affaires du segment** a été nettement supérieur, à **123,602 milliards d'euros** (année précédente : 95,476 milliards d'euros/+29,5 %). Le coût associé aux ventes a également augmenté, d'une part, en raison de la hausse des effets de la consolidation complète de BMW Brilliance Automotive, et d'autre part, le coût des ventes a également été affecté négativement par la hausse significative des coûts des matériaux et de la logistique, notamment en raison de la disponibilité limitée des semi-conducteurs et des perturbations de la chaîne d'approvisionnement, ainsi que de la hausse des prix des matières premières et de l'énergie.

Le **bénéfice avant résultat financier (EBIT)** pour l'exercice considéré s'élevait à **10,635 milliards d'euros** (exercice précédent : 9,870 milliards d'euros/+7,8 %). À **8,6 %** (année précédente : 10,3 % ; 1,7 point de pourcentage), la **marge EBIT** du segment se situait dans la partie supérieure de la fourchette de prévision de 7 à 9 %. **Sans les effets susmentionnés de la consolidation complète de BBA**, la marge d'EBIT se serait établie à **11,2 %**.

Le résultat financier du segment de 8,283 milliards d'euros a été nettement supérieur par rapport à l'année précédente (année précédente : 1,935 milliards d'euros/+328,1 %). Cette forte hausse enregistrée au cours de l'année considérée s'explique en grande partie par les effets de la **réévaluation des participations précédemment détenues dans BMW Brilliance Automotive Ltd** d'un peu moins de **7,7 milliards d'euros** sur l'autre résultat financier.

Le bénéfice du segment avant impôts (EBT) pour l'exercice 2022 s'élevait à **18,918 milliards d'euros** et est donc nettement supérieur à celui de l'année précédente (exercice précédent : 11,805 milliards d'euros/+60,3 %). **Le flux de trésorerie disponible du segment automobile** a atteint un très solide montant de **11,071 milliards d'euros** (année précédente : 6,354 milliards d'euros/+74,2 %) à la fin de l'année.

Concurrence accrue et évolution de la situation en matière de risques pour les services financiers.

La concurrence intense, la hausse des taux d'intérêt et de l'inflation, ainsi que la disponibilité limitée de véhicules, ont eu un impact sur les nouvelles activités dans le secteur des services financiers en 2022. Le pourcentage de véhicules neufs du groupe BMW loués ou financés par le secteur des services financiers s'élevait à **41,0 %** en 2022 (année précédente : 50,5 %/-9,5 points de pourcentage). L'amélioration des prix de transaction et la progression de la gamme de produits se sont traduites par une hausse du volume de financement moyen par véhicule au cours de la période considérée. Le **volume total des nouvelles affaires** résultant de contrats de financement et de crédit-bail avec des clients de détail a diminué de **(-) 12,6 %** pour atteindre **55,449 milliards d'euros** (année précédente : 63,414 milliards d'euros).

Le **bénéfice avant impôts (EBT)** du segment des services financiers s'élevait à **3,205 milliards d'euros** à la fin de l'année de référence (année précédente : 3,753 milliards d'euros/-14,6 %), l'année précédente ayant été caractérisée par une situation de risque exceptionnellement positive. Des provisions plus élevées concernant les risques de crédit ont été reconnues au cours de l'année considérée en réponse aux incertitudes géopolitiques et à la baisse des perspectives macroéconomiques. Le secteur des services financiers a enregistré un **rendement des capitaux propres (RoE) de 17,9 %** (année précédente : 22,6 %/4,7 points de pourcentage).

Offensive d'électrification et croissance continue pour BMW Motorrad

En 2022, BMW Motorrad a poursuivi l'électrification de la marque dans le domaine de la **mobilité urbaine**, avec le lancement en série du scooter électrique BMW CE 04. Les livraisons dans le segment des motos ont atteint un nouveau record historique de **202 895 unités** en 2022 (année précédente : 194 261 unités/+4,4 %). La performance commerciale a bénéficié de cette croissance des ventes, combinée à des **effets positifs sur les prix**. L'augmentation des coûts de matériaux et de

logistique a eu un impact sur le segment des motos au cours de l'année considérée. Le segment a enregistré un chiffre d'affaires de **3,176 milliards** d'euros (année précédente : 2,748 milliards d'euros/+15,6 %), avec un **EBIT** de 257 millions d'euros (année précédente : 227 millions d'euros/+13,2 %). La **marge EBIT** s'est établie à **8,1 %** (année précédente : 8,3 %/-0,2 point de pourcentage).

Perspectives 2023 : prévision de croissance rentable

Malgré le niveau élevé actuel de l'inflation et des taux d'intérêt ainsi que les défis mondiaux décrits dans le rapport intégré du groupe, BMW Group est convaincu que la demande restera stable. **Les livraisons aux clients devraient légèrement augmenter** par rapport à l'année précédente, **les prix de vente restant stables**. Le groupe s'attend à ce que la situation sur le marché des voitures d'occasion se normalise en 2023 en raison de la disponibilité accrue de voitures neuves.

Compte tenu de tous les éléments susmentionnés, une marge d'**EBIT** comprise entre **8 et 10 %** est prévue pour le **segment automobile** en 2023. Cela inclut les charges liées aux effets de consolidation qui s'élèvent actuellement à environ 1,4 milliard d'euros. BMW Group prévoit d'atteindre son objectif de **légère réduction des émissions de carbone** générées par son parc de véhicules neufs dans l'UE en améliorant continuellement la consommation globale de carburant de ses produits et en augmentant le nombre de véhicules équipés de systèmes de transmission alternatifs.

Les livraisons du segment motos devraient **légèrement augmenter**. La marge **EBIT du segment** devrait se situer dans une fourchette comprise entre **8 et 10 %**. Le **RoE du segment des services financiers** devrait se situer dans une fourchette comprise entre **14 et 17 %**. Par rapport à l'exercice 2022, les résultats favorables liés aux contrats de remarketing devraient s'affaiblir en 2023.

Le bénéfice du groupe avant impôts diminuera de manière significative. L'une des principales raisons sous-jacentes de cette évolution est le **gain ponctuel** de 7,7 milliards d'euros enregistré en 2022 en conjonction avec la réévaluation des précédentes participations du BMW Group dans BMW Brilliance.

Les objectifs susmentionnés doivent être atteints par une **légère augmentation des effectifs**. De même, la **proportion de femmes** occupant des postes de direction au sein du BMW Group devrait légèrement augmenter.

Les perspectives ne tiennent pas compte des facteurs suivants : une profonde récession sur les principaux marchés de vente du BMW Group, une nouvelle escalade du conflit entre la Russie et l'Ukraine, combinée à une extension de la guerre ainsi qu'à une aggravation de la situation pandémique en Chine et à l'impact qui en résulterait sur l'environnement économique. Compte tenu de l'imprévisibilité croissante de la politique, les évolutions macroéconomiques réelles dans certaines régions peuvent s'écarter des tendances et des résultats attendus. Les sources

potentielles d'incertitude politique incluent les politiques affectant le commerce et les tarifs douaniers, l'évolution de la sécurité et une éventuelle aggravation des conflits commerciaux internationaux.

The BMW Group – an overview		2022	2021	Change in %
Deliveries to customers				
Automotive¹	units	2,399,632	2,521,514	-4.8
thereof: BMW	units	2,100,689	2,213,790	-5.1
MINI	units	292,922	302,138	-3.1
Rolls-Royce	units	6,021	5,586	7.8
Motorcycles	units	202,895	194,261	4.4
Employees (compared to 31 Dec. 2021)		149,475	118,909	25.7
Automotive Segment EBIT margin	percent	8.6	10.3	-1.7%age points
Motorcycles Segment EBIT margin	percent	8.1	8.3	-0.2%age points
EBT margin BMW Group²	percent	16.5	14.4	2.1%age points
Revenues	€ million	142,610	111,239	28.2
thereof: Automotive	€ million	123,602	95,476	29.5
Motorcycles	€ million	3,176	2,748	15.6
Financial Services	€ million	35,122	32,867	6.9
Other Entities	€ million	8	5	60.0
Eliminations	€ million	-19,298	-19,857	-2.8
Profit before financial result (EBIT)	€ million	13,999	13,400	4.5
thereof: Automotive	€ million	10,635	9,870	7.8
Motorcycles	€ million	257	227	13.2
Financial Services	€ million	3,163	3,701	-14.5
Other Entities	€ million	-203	-8	-
Eliminations	€ million	147	-390	-
Profit before tax (EBT)	€ million	23,509	16,060	46.4
thereof: Automotive	€ million	18,918	11,805	60.3
Motorcycles	€ million	269	228	18.0
Financial Services	€ million	3,205	3,753	-14.6
Other Entities	€ million	995	531	87.4
Eliminations	€ million	122	-257	-
Income taxes	€ million	-4,927	-3,597	37.0
Net profit	€ million	18,582	12,463	49.1
Earnings per share (common/preferred share)	€	27.31/27.33	18.77/18.79	45.5/45.4

¹ including joint venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang (1 January to 10 February 2022: 96,133 vehicles, 2021: 651,236 vehicles, 2020: 602,247 vehicles, 2019: 538,612 vehicles, 2018: 455,581 vehicles, 2017: 385,705 vehicles).

² Ratio of Group earnings before taxes to Group revenues.

The BMW Group – an overview		Q4 2022	Q4 2021	Change in %
Deliveries to customers				
Automotive¹	units	651,794	589,290	10.6
thereof: BMW	units	566,823	510,722	11.0
MINI	units	83,651	77,300	8.2
Rolls-Royce	units	1,320	1,268	4.1
Motorcycles	units	43,562	37,652	15.7
Employees	(compared to 31 Dec. 2021)	149,475	118,909	25.7
<u>Automotive</u> Segment EBIT margin	percent	8.5	7.7	0.8%age points
<u>Motorcycles</u> Segment EBIT margin	percent	-9.4	-19.8	10.4%age points
EBT margin BMW Group²	percent	8.2	10.2	-2.0%age points
Revenues	€ million	39,522	28,408	39.1
thereof: Automotive	€ million	34,571	25,103	37.7
Motorcycles	€ million	691	486	42.2
Financial Services	€ million	9,086	8,688	4.6
Other Entities	€ million	2	2	0
Eliminations	€ million	-4,828	-5,871	17.8
Profit before financial result (EBIT)	€ million	3,500	2,487	40.7
thereof: Automotive	€ million	2,932	1,925	52.3
Motorcycles	€ million	-65	-96	32.3
Financial Services	€ million	536	832	-35.6
Other Entities	€ million	-16	-5	-
Eliminations	€ million	113	-169	-
Profit before tax (EBT)	€ million	3,253	2,907	11.9
thereof: Automotive	€ million	3,009	2,149	40.0
Motorcycles	€ million	-57	-96	40.6
Financial Services	€ million	533	829	-35.7
Other Entities	€ million	-263	153	-
Eliminations	€ million	31	-128	-
Income taxes	€ million	-1,078	-651	65.6
Net profit	€ million	2,175	2,256	-3.6
Earnings per share ^(common/preferred share)	€	3.43/3.44	3.39/3.40	1.2/1.2

¹ including the joint venture BMW Brilliance Automotive Ltd., Shenyang.

² Ratio of Group earnings before taxes to Group revenues.

***Consumption/emissions data:**

MINI Cooper SE Convertible: Power consumption in kWh/100 km combined: 17.2 WLTP.

BMW iX5 Hydrogen: H2 Consumption in kg/100 km: 1,19 WLTP.

GLOSSARY – explanatory comments on key performance indicators**Deliveries to customers**

A new or used vehicle is recorded as a delivery once it is handed over to the end user (which also includes leaseholders under lease contracts with BMW Financial Services). In the US and Canada, end users also include (1) dealers when they designate a vehicle as a service loaner or demonstrator vehicle and (2) dealers and other third parties when they purchase a company vehicle at auction and dealers when they purchase company vehicles directly from the BMW Group. Deliveries may be made by BMW AG, one of its international subsidiaries, a BMW Group retail outlet, or independent third-party dealers. The vast majority of deliveries – and hence the reporting of deliveries to the BMW Group – is made by independent third-party dealers. Retail vehicle deliveries during a given reporting period do not correlate directly to the revenues that the BMW Group recognises in respect of that particular reporting period.

EBIT

Profit before financial result. Profit before financial result comprises revenues less cost of sales, less selling and administrative expenses and plus/minus net other operating income and expenses.

EBIT margin

Profit/loss before financial result as a percentage of revenues.

EBT

EBIT plus financial result.

Payout ratio (see page 4)

The payout ratio is preliminary. Although the Management Board and Supervisory Board are proposing a fixed dividend per share to the general meeting, the number of dividend-entitled shares is expected to fall even further as a result of the ongoing share buy-back program between now and the Annual General Meeting. Accordingly, the total amount paid out to shareholders until May 11 presumably will also change.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard

Cheffe du Service Communication Corporate et RSE

Tél : 01 30 03 19 41

E-mail : maryse.bataillard@bmw.fr

Media website: www.press.bmwgroup.com/global

Email: presse@bmwgroup.com

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 2022, BMW Group France a immatriculé 71 088 automobiles des marques BMW et MINI et 20 929 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.

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'entreprenariat 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. BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2022, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de près de 2,4 millions d'automobiles et plus de 202 000 motos. En 2022, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 23,5 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,6 milliards d'euros. Au 31 décembre 2022, les effectifs de BMW Group étaient de 149 475 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable.

L'entreprise a fixé très tôt le cap pour l'avenir et place systématiquement la durabilité et la gestion efficiente des ressources au cœur de son approche stratégique, depuis la chaîne d'approvisionnement jusqu'à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits, en passant par la production.

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