

Communiqué de presse
09 janvier 2026**BMW Group : les ventes de véhicules ont augmenté en 2025, avec des performances particulièrement solides en Europe et aux États-Unis, notamment grâce aux modèles électrifiés**

+++ BMW Group augmente ses ventes mondiales de véhicules électrifiés, avec une croissance significative en Europe +++ La marque BMW conserve sa position de leader mondial du segment, avec une part de marché en hausse aux États-Unis et en Europe +++ Étape importante pour MINI en 2025 : livraison de la 100 000e MINI entièrement électrique à un client +++ BMW M atteint un nouveau record de ventes +++ Jochen Goller : « Dans un environnement difficile, nous avons vendu plus de véhicules que l'année précédente, avec une forte demande pour nos véhicules électrifiés. » +++

Munich. Le groupe BMW a livré un total de 2 463 715 véhicules à ses clients en 2025, soit une augmentation de +0,5 % par rapport à l'année précédente. Ce chiffre comprend la livraison de 642 087 véhicules électrifiés, soit une croissance de 8,3 % par rapport à l'année précédente. BMW Group a également enregistré une légère augmentation des ventes de modèles entièrement électriques, avec 442 072 unités livrées dans le monde entier. En Europe notamment, le BMW Group a enregistré une croissance significative de +28,2 % pour les véhicules entièrement électriques. Les performances commerciales de l'entreprise en 2025 sont portées par la stratégie de neutralité technologique associée et à un large portefeuille de produits premium multi-marques couvrant tous les segments pertinents. Cet éventail de produit reçoit une réponse positive de la part des clients. La demande modérée en Chine a été compensée par d'autres régions.

« En 2025, dans un contexte difficile, BMW Group a vendu plus de véhicules que l'année précédente. Nos véhicules électrifiés ont été particulièrement demandés. L'Europe a enregistré une croissance particulièrement forte, les véhicules électriques à batterie représentant environ un quart des ventes totales, et les BEV et PHEV combinés atteignant une part de plus de 40 % dans toute la région. Nous sommes en bonne voie pour atteindre notre objectif européen de réduction des émissions de CO₂ de notre flotte pour 2025 », a déclaré Jochen Goller, membre du conseil d'administration de BMW AG responsable des clients, des marques et des ventes. « En Europe notamment, l'année 2026 sera marquée par la NEUE KLASSE. Parallèlement, nous lancerons plusieurs nouveaux modèles cette année, tels que la BMW X5, la BMW Série 3 et la BMW Série 7. Au total, le groupe BMW lancera plus de 40 nouveaux véhicules et modèles révisés avec différentes options de motorisation d'ici 2027 », a ajouté **M. Goller**.

Les véhicules électrifiés ont représenté 26 % des ventes mondiales totales BMW Group en 2025, les véhicules entièrement électriques représentant environ 18 %.

La marque **BMW** a livré 2 169 761 véhicules à ses clients au cours de l'année 2025 (-1,4 %). Grâce à son portefeuille de produits attractif couvrant toutes les technologies, la marque a conservé sa position de leader mondial du segment, la croissance des ventes

en Europe, en Amérique et dans certaines régions d'Asie compensant largement la demande modérée en Chine. **BMW M GmbH** a atteint un nouveau record historique de ventes, avec un total de 213 457 véhicules livrés sur l'ensemble de l'année (+3,3 %). La marque **MINI** a connu une excellente année 2025, avec un total de 288 290 véhicules livrés à ses clients, soit une augmentation de +17,7 % par rapport à l'année précédente. Ses véhicules entièrement électriques, en particulier, remportent un vif succès auprès des clients du monde entier. La marque britannique haut de gamme a franchi une étape importante avec la livraison de la 100 000e MINI entièrement électrique à son nouveau propriétaire. Cela signifie que **plus d'une MINI sur trois livrée en 2025 était entièrement électrique**. La marque **Rolls-Royce** a livré 5 664 unités à ses clients (-0,8 %) sur l'ensemble de l'année. Au cours de la même période, **BMW Motorrad** a vendu 202 563 motos et scooters (-3,7 %).

Ventes BMW Group au quatrième trimestre/depuis le début de l'année jusqu'en décembre 2025

	4th Quarter 2025	Compared with previous year %	YTD December 2025	Compared with previous year %
BMW Group Automobiles	667,981	-4.1%	2,463,715	+0.5%
BMW	584,379	-5.2%	2,169,761	-1.4%
BMW M GmbH	55,286	-7.9%	213,457	+3.3%
MINI	82,038	+4.9%	288,290	+17.7%
BMW Group electrified¹	171,800	-6.6%	642,087	+8.3%
BMW Group BEV	118,635	-10.5%	442,072	+3.6%
Rolls-Royce	1,564	-10.2%	5,664	-0.8%
BMW Motorrad	43,407	-7.5%	202,563	-3.7%

¹BEVs and PHEVs

Ventes BMW et MINI par région/marché

	– 4th Quarter 2025	– Compared with previous year %	– YTD – December 2025	– Compared with previous year %
Europe	278,715	+4.0%	1,016,360	+7.3%
Germany²	82,274	+14.4%	290,742	+8.7%
Asia	227,148	-13.2%	871,550	-9.3%
China	160,556	-15.9%	625,527	-12.5%
Americas	145,127	-3.5%	508,221	+5.7%
USA	120,398	-4.6%	417,638	+5.0%

²Chiffres provisoires

Les chiffres de livraison indiqués dans ce communiqué de presse sont provisoires et peuvent être modifiés jusqu'à la publication du rapport 2025 du groupe BMW. Des

Communication et relations publiques

informations sur la manière dont les chiffres de livraison sont établis figurent dans le rapport 2024 BMW Group, à la page 427.

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France avec son siège social à Montigny-le-Bretonneux, son centre de formation à Tigery, son centre de pièces de rechange et accessoires international à Strasbourg et le centre d'essais techniques international du BMW Group où sont testés et éprouvés tous les modèles, avant d'être vendus dans le monde entier, sur l'autodrome de Miramas à Istres.

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 8.000 salariés en France. En 2024, BMW Group France a immatriculé 86 714 automobiles des marques BMW et MINI et 20 620 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 plus de 4 milliards d'Euros. 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, un partenaire engagé dans la création artistique et soutient activement la création et l'innovation dans les arts visuels avec son programme BMW ART MAKERS et ses partenariats avec Les Rencontres Internationales de la Photographie d'Arles, Paris Photo et Art Basel Paris. L'entreprise est également partenaire officiel du Festival de Cannes et du Festival du film romantique de Cabourg, témoignant de son engagement étroit avec le 7e art.

L'engagement de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers la Golf Cup.

Depuis 40 ans, l'entreprise finance des projets d'utilité publique à travers sa Fondation BMW Group France placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement l'entreprenariat à impact à travers le soutien aux organisations Ashoka et Make Sense.

www.bmw.fr - www.mini.fr - www.bmw-motorrad.fr

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

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

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

X: <https://x.com/BMWGroupFrance>

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 le domaine de la finance. BMW Group exploite 30 sites de production dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays. En 2024, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,45 millions d'automobiles et plus de 210 000 motos. Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2024 s'élève à 11 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,4 milliards d'euros. Au 31 décembre 2024, le BMW Group employait 159 104 personnes.

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

Le développement durable est un élément essentiel de la stratégie d'entreprise du BMW Group et couvre tout le cycle de vie des produits, depuis la chaîne d'approvisionnement et la production jusqu'à la fin de la phase d'utilisation.