

Communiqué de presse
28 janvier 2026

BMW Group France confirme la présence des marques BMW, MINI et BMW Motorrad au Mondial de l'Auto 2026.

Un rendez-vous majeur pour incarner la nouvelle phase de transformation de BMW Group.

Paris. À l'occasion du premier jour d'ouverture au public du salon Rétromobile, BMW Group France annonce officiellement la présence de ses marques BMW, MINI et BMW Motorrad au Mondial de l'Auto 2026, qui se tiendra du 12 au 18 octobre 2026 à Paris Expo Porte de Versailles.

À travers une présence commune, BMW Group entend mettre en lumière sa vision de la mobilité de demain, marquée par l'entrée dans l'ère Neue Klasse, socle de la prochaine génération de modèles BMW.

Rétromobile, un cadre symbolique entre héritage et innovation.

Choisir Rétromobile pour porter cette annonce n'est pas anodin. Alors que le salon célèbre en 2026 son 50e anniversaire, tout comme les 50 ans de la collection BMW Art Cars, BMW Group inscrit cette prise de parole dans une continuité assumée : celle d'une marque à l'héritage fort, qui se projette avec confiance vers l'avenir.

Le Mondial de l'Auto de Paris, vitrine d'une nouvelle ère pour BMW Group.

En confirmant sa présence au Mondial de l'Auto, BMW Group réaffirme son attachement à ce rendez-vous majeur du paysage automobile français et international. Véritable vitrine auprès du grand public comme des professionnels, le salon constitue une plateforme de premier plan pour présenter les orientations stratégiques de ses marques, ses innovations technologiques et son approche globale de la mobilité.

L'édition 2026 marquera ainsi une nouvelle phase, en offrant une vitrine d'envergure internationale pour présenter l'évolution des gammes BMW, MINI et BMW Motorrad, dans un contexte de profonde transformation du marché.

Dévoilée lors de l'IAA Mobility 2025 à Munich, avec la première mondiale de la nouvelle BMW iX3, la Neue Klasse constitue le socle technologique et industriel de l'avenir de BMW. Les innovations introduites par cette nouvelle génération – en matière de design, de digitalisation, d'efficience et d'expérience utilisateur – équiperont jusqu'à 40 nouveaux modèles et évolutions de modèles BMW d'ici 2027. La présence de BMW au Mondial de l'Auto 2026 reflètera cette dynamique, en donnant à voir les premières expressions de cette nouvelle ère du plaisir de conduire.

Trois marques, une vision commune de la mobilité.

Aux côtés de BMW, MINI et BMW Motorrad seront également représentées au Mondial de l'Auto, chacune exprimant sa propre lecture de la mobilité contemporaine. MINI poursuivra son développement autour d'un positionnement urbain, électrifié et résolument moderne, tandis que

Communication et relations publiques

BMW Motorrad mettra en avant ses solutions de mobilité à deux-roues, alliant innovation, fonctionnalité et plaisir de conduite.

Cette présence conjointe illustre la capacité de BMW Group à répondre à des usages et des attentes variés, tout en s'appuyant sur une vision technologique commune.

Vers l'édition 2026.

BMW Group France communiquera ultérieurement sur les modalités précises de sa participation, les modèles exposés et les temps forts prévus lors du Mondial de l'Auto Paris 2026.

Pour plus d'information, vous pouvez contacter :

BMW Group France

Jérémy Pierbon

Responsable Communication Produit

Tel : 06 87 69 69 68

E-Mail : jeremy.pierbon@bmw.fr

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 2025, BMW Group France a immatriculé 87 206 automobiles des marques BMW et MINI et 18 893 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'entrepreneuriat 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 2025, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,46 millions d'automobiles et plus de 202 563 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.