

Media Information

10 janvier 2023

Embargo 9:00 CET

BMW Group reste sur la voie du succès en 2022 et reste leader mondial du segment haut de gamme tout en doublant ses ventes de véhicules électriques.

- BMW Group a vendu 2 399 636 unités (-4,8 %).
- La marque BMW a conservé sa première place sur le segment Premium mondial.
- Les ventes de véhicules 100% électriques ont plus que doublé pour atteindre 215 755 unités (+107,7 %).
- Ventes en hausse de +10,6% au quatrième trimestre 2022
- MINI Electric* est le modèle MINI le plus vendu.
- Pieter Nota : " Prochain objectif pour 2023 : 15 % des ventes totales seront réalisées avec des véhicules 100 % électriques ".

Munich. BMW Group a une nouvelle fois accéléré de manière significative son développement dans l'électromobilité en 2022. Comme annoncé précédemment, BMW Group a plus que doublé ses ventes de BEV par rapport à 2021 (+107,7 %) avec un total de 215 755 véhicules BMW et MINI 100% électriques livrés aux clients. Une étape importante a été franchie lorsque BMW Group a livré son 500 000ème véhicule électrique à son nouveau propriétaire vers la fin de l'année dernière.

"La qualité de notre gamme de produits est la meilleure réponse dans un environnement difficile - et nous a permis de plus que doubler nos ventes de véhicules électriques à nouveau en 2022", a déclaré Pieter Nota, membre du conseil d'administration de BMW AG responsable des clients, des marques et des ventes. "Nous sommes convaincus que nous pourrions consolider ce succès en 2023, car nous continuons à enregistrer un niveau de commande particulièrement élevé pour nos modèles électriques", a ajouté Pieter Nota.

BMW Group a livré un total de 2 399 636 véhicules BMW, MINI et Rolls-Royce à ses clients dans le monde entier en 2022 (-4,8 %) ; une année au cours de laquelle toutes les industries ont dû faire face à des vents contraires dus à des goulets d'étranglement au niveau de l'approvisionnement, aux blocages dus à la pandémie en Chine et à la guerre en Ukraine. Le principal impact s'est fait sentir au cours des six premiers mois de l'année, avec des livraisons en baisse par rapport à l'année précédente. Les ventes ont repris fortement au cours du second semestre 2022. Au quatrième trimestre, BMW Group a enregistré une croissance significative des ventes de +10,6 %, avec 651 798 véhicules livrés aux clients.

BMW Group est optimiste pour l'année à venir. "Nous maintiendrons le cap d'une croissance rentable en 2023. L'accent sera clairement mis sur la poursuite de la croissance de l'électromobilité. Le prochain objectif pour 2023 est que 15 % de nos ventes totales soient réalisées avec des véhicules 100% électriques. Avec le lancement de la BMW i5 plus tard dans l'année, nous franchissons une nouvelle étape importante pour l'électrification de notre gamme", selon Pieter Nota.

L'avenir du BMW Group est électrique, circulaire et numérique. L'un des points forts pour la prochaine génération de véhicule électrique, la NEUE KLASSE, a été présenté au CES de Las Vegas la semaine dernière : la BMW i Vision Dee représente la vision du BMW Group de ce que sera l'expérience digitale de demain, aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du véhicule. BMW Group fournira d'autres perspectives sur le concept révolutionnaire de la NEUE KLASSE au cours de l'année 2023.

Dans le même temps, l'entreprise poursuit la digitalisation des ventes et du marketing. À l'avenir, BMW Group va faire évoluer son modèle de vente dans 24 marchés européens pour créer les conditions nécessaires à une transition transparente entre l'expérience client en ligne et en point de vente. L'objectif du nouveau modèle d'agence est d'améliorer la satisfaction des clients et l'expérience de la marque, tout en ciblant de nouveaux clients en ligne. Le nouveau modèle d'agence de BMW Group créera également une transparence sur les prix et garantira que les clients bénéficient d'une offre identique et cohérente sur tous les canaux de vente. Les conditions seront mises en place cette année pour permettre à MINI de commencer en 2024, BMW devant suivre en 2026. La mise en œuvre se fera en étroite collaboration avec les partenaires.

L'application My BMW/MINI est un élément essentiel de la réorientation des ventes. Avec ses nombreuses fonctionnalités et son interface utilisateur intuitive, elle guide les utilisateurs à travers la meilleure expérience client du secteur. L'application My BMW/MINI sert de point de contact pour un dialogue personnalisé avec le client, avec environ deux millions d'utilisateurs dans une cinquantaine de marchés chaque jour.

La marque BMW maintient sa position de leader sur le segment premium mondial.

La marque BMW a vendu au total 2 100 692 unités (-5,1 %) dans le monde en 2022 et conserve sa position de leader sur le segment haut de gamme mondiale. La marque BMW a également connu une forte croissance dans le segment des véhicules électrifiés. Les ventes de véhicules électrifiés (y compris les hybrides rechargeables) pour l'ensemble de l'année ont augmenté de +35,6 % par rapport à l'année précédente, pour atteindre 372 956 véhicules.

La gamme de produits attrayante de la marque s'avère extrêmement appréciée des clients. Cela se traduit par un nombre élevé de nouvelles commandes pour des modèles tels que les BMW X1, iX1*, i4, iX et i7*. Plus tard cette année, BMW Group élargira sa gamme électrique avec la BMW i5.

BMW M célèbre son 50ème anniversaire avec une année record.

Malgré les défis liés aux goulots d'étranglement de l'approvisionnement, BMW M GmbH a terminé son année anniversaire avec un nouveau record absolu. BMW M a enregistré une croissance de +8,4 % par rapport à l'année précédente, avec la vente de 177 257 unités. Dans le même temps, BMW M a fait des progrès substantiels dans l'électrification de sa gamme de produits. Le lancement des deux premiers modèles BMW M Performance entièrement électrifiés, la BMW i4 M50* et la BMW iX M60*, le tout premier modèle haute performance électrifié, la BMW XM*, et le nouveau Coupé M240i* ont largement contribué à cette fin d'année réussie. La nouvelle édition de la BMW M2 et la toute nouvelle BMW M3 Touring ont également apporté une contribution majeure à la croissance des ventes.

Parallèlement à ces nouveaux produits, BMW M a enregistré, au cours de l'année de son 50ème anniversaire, une demande toujours aussi forte pour ses déclinaisons hautes performances, les M3 et M4, et ses modèles X reconnus de longue date. Par conséquent, les perspectives pour 2023 sont très positives pour BMW M GmbH, avec la promesse de nouveaux résultats records à venir.

MINI Electric* reste la version la plus vendue de MINI.

La marque automobile premium MINI a vendu 292 923 unités l'année dernière (-3,0 %). Les ventes de modèles MINI électrifiés ont progressé : le nombre de modèles MINI électrifiés vendus (y compris les hybrides rechargeables) a augmenté de +14,3% à 60 839 véhicules et a donc représenté environ 21% des ventes totales de MINI dans le monde en 2022.

La MINI Cooper SE* 100% électrique est demeurée le modèle le plus vendue de la marque en 2022. Au total, 43 744 MINI Cooper SE* ont été vendues dans le monde l'année dernière, soit une augmentation de +25,5 % par rapport à l'année précédente.

2023 sera une année très importante pour MINI. La marque célèbre en effet 110 ans de production de voitures dans son usine principale d'Oxford et dévoilera les deux premiers modèles 100% électriques de la nouvelle famille MINI.

Ventes de BMW et MINI dans les régions/marchés

L'année dernière, BMW Group a livré un total de 791 985 véhicules BMW et MINI à des clients (6,4 %) en **Chine**. 199 112 véhicules ont été vendus au quatrième trimestre - une augmentation de +12,7%.

Les ventes de BMW et MINI aux **Etats-Unis** entre janvier et décembre ont totalisé 361 892 unités (-1,3%). Les ventes ont évolué positivement au quatrième trimestre : les livraisons du BMW Group ont augmenté de +11,1% en glissement annuel, atteignant 112 057 unités.

En **Europe**, BMW Group a vendu au total 877 369 véhicules BMW et MINI en 2022 (7,5%). Au quatrième trimestre, la société a livré 247 551 unités aux clients. Cela représente une augmentation de +10,9%.

En **France**, **BMW Group s'affirme à l'avant-garde de la transition vers l'électrique et de tous les usages.**

BMW Group France termine l'année 2022 sur de très bonnes performances avec 71 088 immatriculations (-0,3%), supérieures au marché français global et au segment premium en particulier. Les modèles électrifiés représentent désormais 35% des ventes en France sur un marché dont le mix électrifié est de 21%. En proposant des gammes qui coïncident à tous les usages (villes, zone rurales et périurbaines) BMW Group s'affirme à la pointe de la transition vers la mobilité électrique avec 24 550 immatriculations en 2022 (9 169 unités électrique et 15 381 en hybrides rechargeables). Une stratégie qui se reflète particulièrement dans les ventes électriques. La marque MINI enregistre une part de segment premium historique (12,4%) et poursuit sa progression avec 25 649 immatriculations en 2022 (+1,23%). La marque BMW a immatriculé 45 439 véhicules en 2022 et est leader des ventes premium à particuliers et entreprises.

« La force de BMW Group France est de miser sur la pluralité de solutions, incluant l'hybride rechargeable, l'électrique et, dès 2023, une flotte test de véhicules hydrogènes » **précise Vincent Salimon, Président du directoire BMW Group France.**

Rolls-Royce Motor Cars a enregistré les ventes les plus élevées depuis sa création il y a 118 ans.

L'année où Rolls-Royce Motor Cars a dévoilé la Rolls-Royce Spectre, le premier grand coupé électrique de luxe au monde, la marque a également enregistré un record historique de ventes avec 6 021 voitures livrées dans le monde entier (+7,8 %). De nombreuses régions ont enregistré les meilleures ventes de leur histoire.

Chacune de ces voitures a été réalisée sur-mesure, selon les souhaits spécifiques du client, jusque dans les moindres détails. La valeur générée par l'offre de personnalisation inégalée "Bespoke" n'a jamais été aussi élevée, les clients engageant en moyenne un demi-million d'euros pour leur Rolls-Royce unique.

La demande mondiale reste soutenue pour l'ensemble des produits, avec en tête la "Cullinan" et la "Ghost" - le carnet de commandes de tous les modèles s'étend jusqu'en 2023, avec de très nombreuses précommandes pour la nouvelle Spectre, entièrement électrique. La première mondiale de la Rolls-Royce Spectre a rencontré un fort grand succès en octobre. La très bonne impression faite par le modèle Spectre intervient au moment où la marque se prépare à construire uniquement des voitures 100% électriques d'ici à fin 2030.

BMW Motorrad enregistre les ventes les plus élevées de son histoire.

Avec un total de 202 895 motos et scooters livrés à ses clients - soit une augmentation de +4,4% par rapport à l'année précédente - BMW Motorrad a enregistré les ventes les plus élevées de son histoire. Les régions Europe, Amériques et Asie, ont toutes enregistré de nouveaux records de ventes et ont fortement contribué aux résultats de BMW Motorrad. L'introduction sur le marché de nouveaux modèles prisés, comme le BMW CE 04 entièrement électrique, a été un facteur déterminant dans le succès de la marque.

En France, BMW Motorrad enregistre un nouveau record d'immatriculations et continue sur la voie du succès dans la mobilité durable à deux roues - la France, premier marché mondial pour les ventes du scooter électrique BMW CE 04.

Ventes BMW Group : 4ème trimestre et année 2022

	4th Quarter 2022	Compared with previous year %	YTD Dec. 2022	Compared with previous year %
BMW Group Automotive	651,798	+10.6%	2,399,636	-4.8%
BMW	566,826	+11.0%	2,100,692	-5.1%
- BMW M GmbH	52,801	+30.2%	177,257	+8.4%
MINI	83,652	+8.2%	292,923	-3.0%
BMW Group electrified¹	150,511	+55.6%	433,795	+32.1%
BMW Group BEV	87,560	+98.3%	215,755	+107.7%
Rolls-Royce	1,320	+4.1%	6,021	+7.8%
BMW Motorrad	43,562	+15.7%	202,895	+4.4%

¹BEVs and PHEVs

Ventes BMW & MINI sales dans les régions/marchés

	4th Quarter 2022	Compared with previous year %	YTD Dec 22	Compared with previous year %
Europe	247,551	+10.9%	877,369	-7.5%
Germany²	67,401	+6.9%	252,087	-6.0%
Asia	260,355	+12.1%	1,028,105	-3.5%
China	199,112	+12.7%	791,985	-6.4%
Americas	131,632	+8.9%	439,585	-2.3%
USA	112,057	+11.1%	361,892	-1.3%

²Provisional registration figures

Les chiffres de livraison indiqués dans ce communiqué de presse sont provisoires et peuvent changer jusqu'à la publication du BMW Group Report 2022. Vous trouverez des indications sur la manière dont les chiffres de livraison sont établis dans le BMW Group Report 2021 à la page 97.

Fuel consumption and emissions data:*MINI Cooper SE:** Power consumption in kWh/100 km combined: 17.6-15.3 WLTP, 16.9-14.9 NEDC.**BMW iX1 xDrive30:** Power consumption in kWh/100 km combined: 18.1-16.8 WLTP.**BMW i7 xDrive60:** Power consumption in kWh/100 km combined: 19.6-18.4 WLTP.**BMW i4 M50:** Power consumption in kWh/100 km combined: 22.5-18.1 WLTP.**BMW iX M60:** Power consumption in kWh/100 km combined: 24.7-21.9 WLTP.**BMW XM:** Fuel consumption in l/100 km combined: 1.6-1.5 WLTP; Power consumption in kWh/100 km combined: 30.1-28.9 WLTP; CO2 emissions in g/km combined: 36-33 WLTP.**BMW M240i Coupé:** Fuel consumption in l/100 km combined: 8.5-7.8 WLTP; CO2 emissions in g/km combined: 192-177 WLTP.

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. 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 MARKERS 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 implantés dans 15 pays, 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 2,4 millions d'automobiles et plus de 202 895 motos et scooters. En 2021, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 16,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 111,2 milliards d'euros. Au 31 décembre 2021, les effectifs de BMW Group étaient de 118 909 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, de la gestion efficace des ressources à la phase d'utilisation des 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