

Communiqué de presse
25 janvier 2024

BMW Group en France confirme son leadership sur le segment premium grâce à la croissance des ventes électriques.

- **BMW Group** enregistre une croissance de ses ventes en France avec l'immatriculation de 87 788 unités des marques BMW et MINI et une part de marché à près de 5%.
- **La marque BMW renoue avec le niveau pré-pandémique** avec 59 601 immatriculations en 2023 (+ 31,2%) et prend le leadership des ventes premium en France.
- **MINI établit un nouveau record de ventes**, avec 28 187 immatriculations en 2023 (+ 9,9%).
- **Le succès des modèles électrifiés BMW et MINI se confirme : ils représentent 42% des ventes totales** (sur un marché à 26%) avec 16 300 véhicules électriques (18,6%) et 20 679 hybrides rechargeables (23,6%).
- **Les ventes de Véhicules d'Occasions** récents progressent dans le réseau BMW et MINI
- **BMW Motorrad** continue sur la voie du succès dans la mobilité à deux roues avec 21 615 immatriculations en 2023, soit une progression de 3,3% - la France reste le premier marché mondial pour les ventes du scooter électrique BMW CE 04.

Paris. L'année 2023 marque une nouvelle année historique pour BMW Group qui a vendu dans le monde 2 555 341 unités (+6,5%). Avec une hausse 92,2%, les modèles électriques signent la réussite de la stratégie de transition énergétique du groupe. Les ventes totales de voitures électriques atteignent ainsi l'objectif fixé, représentant 15% des ventes à travers le monde. Avec désormais 18 modèles électriques disponibles, couvrant les principaux segments de ses marques, BMW Group pose des bases solides pour atteindre une dynamique de croissance positive dans les années à venir.

Et la France n'est pas en reste ! Avec ses marques BMW et MINI, BMW Group France termine l'année 2023 sur d'excellentes performances avec 87 788 immatriculations (+23,5%), soit un gain de 0,3 points de part de marché à près de 5%. Dans un environnement économique perturbé par le contexte géopolitique, énergétique, réglementaire et les difficultés d'approvisionnement des composants, ce succès repose là aussi en grande partie sur les modèles électrifiés.

Ceux-ci représentent désormais 42% des ventes en France, sur un marché dont le mix électrifié se situe à 26%. Des résultats également portés par les ventes à particuliers et entreprises très solides (85% du total pour BMW et 90% pour MINI). BMW reste la marque premium leader incontestée sur les ventes auprès des entreprises avec 31 424 unités en croissance de 35,9%.

La marque BMW renforce ses parts de marché en France

Avec un volume de ventes de 59 601 unités en 2023, la marque BMW retrouve son niveau pré-pandémique. La marque phare du groupe s'affirme comme leader sur le segment Premium, une

première depuis 1996. Sa part de marché s'établit à 3,4%. Ces résultats sont portés à la fois par des ventes à particuliers et à entreprises très solides (85% des ventes).

BMW est la marque premium leader incontestée sur les ventes auprès des entreprises avec 31 424 unités en croissance de 35,9% et troisième sur le podium des immatriculations via LLD toutes marques confondues.

Les ventes des modèles électrifiés continuent leur progression avec 25 661 unités (43% du mix total). Les modèles électriques (8 666 unités) représentent 15% des ventes, soit une progression de 158%. Les hybrides rechargeables affichent, quant à eux, 16 995 unités, soit 29% des ventes et une hausse de +41%.

Cette même tendance se retrouve dans les ventes B2B où le mix de ventes électrifiées s'élève à 44% (31% en hybride rechargeable et 13% en électrique).

L'année écoulée a été marquée notamment par le succès de la BMW X1, avec 16 329 unités immatriculées, dans ses motorisations électriques, hybrides rechargeables et thermiques. Il s'agit du modèle le plus vendu chez BMW dans l'hexagone, suivi par la BMW Série 1 (10 476 unités) et la BMW Série 2 Active Tourer (5 849 unités).

L'année 2023 marque aussi un tournant dans la stratégie d'électrification de BMW Group, puisqu'avec le lancement de la nouvelle BMW i5 Berline 100% électrique, BMW complète son offre et clôture la 2^e phase de son plan de marche en proposant désormais une version électrique dans chaque segment de marché.

Une tendance qui se reflète au niveau mondial où la marque BMW enregistre une croissance de +7,3 % par rapport à l'année précédente, atteignant un nouveau record historique. Une dynamique particulièrement renforcée sur les véhicules 100% électriques qui ont fait l'objet d'une forte demande, avec un total de 330 596 unités livrées aux clients en 2023 (+92,2 %).

MINI, un succès renouvelé en 2023

Alors que MINI terminait l'année 2022 avec un record de part de marché en France sur le segment premium, la marque confirme l'exploit avec plus 28 187 unités vendues en 2023 alors même que la gamme achève la dernière année de son cycle de vie.

Un score qui place MINI à 1,6% de part de marché. La France est le quatrième marché mondial pour la marque MINI et le deuxième pour les ventes de versions électriques.

En effet, MINI s'affirme comme la marque électrifiée par excellence : les modèles électriques et hybrides rechargeables représentent respectivement 27% et 13% des ventes. Une tendance qui sera renforcée tout au long de l'année avec la sortie des nouveaux membres de la MINI Family, la MINI Cooper Electric, le MINI Countryman 100% électrique et le tout nouveau MINI Aceman, qui viendra compléter la gamme en 2024. Une trajectoire qui s'inscrit pleinement dans les objectifs du groupe pour un passage de la marque au 100% électrique dès le début des années 2030.

Le succès de la marque MINI en France trouve un écho au niveau mondial. Les véhicules 100% électriques représentent désormais 15,3 % des ventes totales sur tous les marchés de MINI pour l'ensemble de l'année 2023, et 20,8% avec les hybrides rechargeables. Avec une hausse de 3,5% sur les modèles électriques, la marque MINI se présente en figure de proue de la transition vers l'électrique et réaffirme son engagement en faveur des solutions de mobilité durable.

BMW Motorrad, la mobilité urbaine et électrique au cœur des enjeux

Le scooter électrique BMW CE 04, lancé au printemps 2022, prend la deuxième place des meilleures ventes de BMW Motorrad en France avec 2 838 immatriculations enregistrées en 2023, dont environ 50% réalisées en Ile-de-France. La France est d'ailleurs le premier marché mondial de BMW Motorrad pour ce modèle. Une tendance à la hausse des ventes électriques pour la mobilité urbaine qui devrait se confirmer avec le lancement du nouveau « eParkourer » électrique CE 02, prévu pour le printemps 2024.

Troisième constructeur sur le marché des +125 cm³ et deuxième sur le marché des +500cm³ en France, BMW Motorrad France renforce sa position de 2^{ème} marché mondial pour BMW Motorrad, clôturant à 21 615 immatriculations avec une progression de 3,28%.

Sur le segment hypersport, les modèles BMW S 1000 RR et M 1000 RR séduisent toujours autant avec 775 unités vendues cette année, tandis que la gamme de modèles BMW "GS", équipées du fameux bicylindres à plat, continue de performer avec près de 6 400 unités livrées clients .

Dans le monde, BMW Motorrad enregistre les ventes les plus élevées de son histoire à l'occasion de son centenaire.

BMW et MINI augmentent la part de marché des ventes de leurs Véhicules d'Occasion dans son réseau.

Le réseau de distribution BMW/MINI en France augmente ses parts de marché sur le segment des Véhicules d'Occasion de moins de 5ans. La marque BMW a une part de marché de véhicules vendus dans son réseau de distribution de 46%, en croissance de 1,2 pt, et de 49% pour MINI en progression de 1,6 pt, représentant un volume total de 44 000 VO à particuliers.

Le groupe progresse également sur les ventes de Véhicules d'Occasion sous label pour atteindre respectivement 94,5% de ventes sous label BMW BPS et 97% de ventes sous Label MINI Next. Ces labels permettent de garantir des critères de qualité pour les clients finaux.

L'année 2023 a aussi été marquée par l'évolution du mix énergétique des véhicules d'occasion BMW et MINI recommercialisés avec 16,5% de véhicules électrifiés pour BMW (dont 6,5% de modèles électriques et 24,5% de véhicules hybrides rechargeables) et 16,5% de modèles électriques pour MINI.

2023 est également une année record sur la pénétration en financement sur le VO pour la captive financière du groupe avec 35% de pénétration VO (+7%) tirée notamment par l'augmentation des produits locatifs (LOA VO).

2023, un demi-siècle de succès en France

Fruit d'une stratégie lancée en 1973 par BMW Group, avec l'implantation en France de la première filiale internationale, les résultats de BMW Group France montrent la capacité d'adaptation de l'entreprise pour répondre à tous les besoins de déplacement des Français, en ville comme dans les zones périurbaines et rurales.

« C'est en faisant coïncider les engagements du BMW Group pour réduire les émissions de CO₂ avec les besoins concrets en mobilité des Français que nous répondons aux enjeux présents et que nous préparons au mieux l'avenir » déclare **Vincent Salimon, Président du Directoire BMW Group France**. « Je rajouterais qu'un dernier vecteur de différenciation de nos marques en France est la capacité de nos femmes et de nos hommes, tant dans notre réseau de partenaires qu'au sein de la filiale, à être à l'écoute et au service des clients et prospects nous permettant d'atteindre en 2023, malgré un environnement toujours instable, un niveau record en termes de satisfaction client ».

A l'avant-garde de la mobilité durable, BMW Group propose un modèle électrique dans chaque segment de marché et, en 2030, l'électrique représentera 50% de ses ventes mondiales avec une part significativement plus importante en Europe.

2024, priorité à la circularité

BMW Group France est fier d'annoncer la nomination de Vincent Salimon (Président du directoire du groupe en France) à la Présidence du nouvel éco-organisme «Recycler mon véhicule », dédié à la gestion responsable des Véhicules Hors d'Usage en France (VHU). Créé à l'initiative des adhérents de la CSIAM, cet éco-organisme a vocation à réunir les principaux constructeurs afin d'apporter une réponse commune aux nouvelles obligations liées à la Responsabilité Élargie du Producteur (REP), en vigueur depuis le 1er janvier 2024.

Le rôle que Vincent Salimon a accepté de prendre au sein de l'association est en ligne avec l'ambition du BMW Group de participer à la construction d'une filière automobile responsable et tournée vers l'avenir, en réduisant les émissions de CO2 des véhicules sur l'ensemble du cycle de vie. La circularité est un engagement fort de BMW Group.

Depuis 30 ans, ce dernier expérimente et consolide de nouvelles connaissances en matière de recyclage au sein de son centre de démantèlement et de recyclage pour les véhicules hors d'usage, l'un des plus grands du genre en Allemagne. Par ailleurs, BMW Group a déjà développé des modèles plus vertueux, à l'image de la BMW i5 qui contient 22% de matériaux secondaires. Une dimension de circularité qui s'illustre tout particulièrement avec le concept car BMW i Vision Circular, la vision d'une voiture 100% recyclable et même 100% recyclée à horizon 2040.

A travers la nomination de Vincent Salimon, BMW Group France souhaite mettre à profit son expérience pour structurer la filière en France et accélérer la recyclabilité des VHU.

Véhicules vendus en 2023

	Ventes France 2023	Ventes Monde 2023
BMW Group		2 555 341
dont		
BMW	59 601	2 253 835
MINI	28 187	295 474
MOTORRAD	21 615	209 257
ROLLS ROYCE		6 032

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 2023, BMW Group France a immatriculé 87 788 automobiles des marques BMW et MINI et 21 615 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. 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 www.mini.fr www.bmw-motorrad.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 2023, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,55 millions d'automobiles et plus de 209 000 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 efficace 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