

Communiqué de presse

4 janvier 2024

Boosté par l'électrique, l'année 2023 confirme le leadership premium du BMW Group en France.

- **BMW Group France** 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-pandémie** avec 59 601 immatriculations en 2023 (+ 31,2%) et prend le leadership total 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 de ventes électrifiées à 26%) avec 16 300 véhicules électriques (18,6%) et 20 679 hybrides rechargeables (23,6%).
- **BMW Motorrad** continue sur la voie du succès dans la mobilité plus durable à deux roues avec 21 615 immatriculations en 2023, soit une progression de 3,28% - la France reste le premier marché mondial pour les ventes du scooter électrique BMW CE 04.

Paris. BMW Group France, avec ses marques BMW et MINI, 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 en grande partie sur les modèles électrifiés. Ceux-ci représentent désormais 42% des ventes en France, sur un marché dont le mix électrifié est de 26%. Des résultats également portés par les ventes à particuliers et entreprise 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 vendues en croissance de 35,9%.

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-pandémie. 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% avec un nouveau record de ventes aux particuliers et entreprises à 50 757 unités, en progression de 32,4%.

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 elles, 16 995 unités, soit 29% des ventes et une hausse de +41%.

L'année écoulée a été marquée notamment par le succès de la BMW X1, avec 16 329 unités immatriculées, dans ses motorisations électrique, hybride rechargeable 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 un tournant dans l'électrification de BMW Group, puisqu'avec le lancement de la nouvelle BMW i5 Berline 100% électrique, BMW complète son offre et propose désormais une version électrique dans chaque segment de marché.

MINI, un succès renouvelé en 2023

Alors que MINI terminait l'année 2022 avec un record de part de marché 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 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.

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 40% réalisées en Ile-de-France. La France est d'ailleurs le premier marché mondial de BMW Motorrad pour ce modèle. Une tendance 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 6400 unités livrées clients .

2023, un demi-siècle de succès en France

Fruit d'une stratégie lancée en 1973 par le BMW Group, avec l'implantation en France de la première filiale internationale, les résultats 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.

« Si aujourd'hui, BMW et MINI sont les marques préférées du segment Premium avec 87 788 voitures et que BMW Motorrad rencontre un tel succès en France avec plus de 21600 deux roues vendus cette année, c'est avant tout parce que la force de BMW Group France est de miser sur la pluralité des solutions : à quatre ou à deux roues, avec l'électrique, l'hybride rechargeable, et désormais une flotte test de véhicules hydrogène » **déclare Vincent Salimon, Président du directoire BMW Group France.** « 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 » poursuit-il. « 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 » **conclut Vincent Salimon.**

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.

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. 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'entrepreneuriat 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