



Communiqué de presse 2051  
10 février 2016

## **BMW Group entame l'année avec un record en janvier. Hausse des ventes de 7,5% à 152 879 VP dans le monde.**

La marque BMW a livré 133 883 unités, soit une hausse de 7,5%.  
La nouvelle BMW X1 a généré une progression des ventes de 60,4%.  
La nouvelle BMW Série 7 voit ses ventes en hausse de 26,3%.

Les ventes de MINI ont atteint 18 867 unités, soit une hausse de 8,6%.  
Les livraisons de la MINI 5 portes ont progressé de 49,2% par rapport  
à l'année précédente.

Les ventes en Europe et en Asie ont progressé d'environ 10%.

Les ventes de BMW Motorrad ont progressé de 19,6% avec 7 488 unités  
livrées.

**Munich.** Après avoir enregistré le meilleur exercice de son histoire en 2015, BMW Group a atteint un niveau record de livraisons au cours du premier mois de cette nouvelle année.

152 879 automobiles des marques BMW, MINI et Rolls-Royce ont été livrés aux clients dans le monde en janvier 2016, soit une hausse de 7,5% comparé à la même période l'an dernier.

« Nous nous réjouissons de voir que les niveaux soutenus de croissance atteints en 2015 se poursuivent cette année », a déclaré Ian Robertson, membre du directoire de BMW AG en charge des ventes et du marketing BMW. « Malgré l'instabilité persistante de nombreux marchés, nous restons optimistes et pensons que cette tendance positive va continuer en 2016, année du centenaire de notre entreprise », a-t-il ajouté.

Les ventes de la marque **BMW** ont augmenté de 7,5% avec 133 883 véhicules livrés dans le monde en janvier. Les ventes de plusieurs modèles de la marque ont atteint des taux de croissance significatifs. La BMW Série 1 a enregistré une progression de ventes de 22,9% à

## Communication et relations publiques

12 324 unités tandis que la nouvelle BMW X1 a progressé de 60,4% par rapport au même mois de l'exercice précédent (à 14 308). Les ventes agrégées des BMW Série 2 Active et Gran Tourer se sont élevées à 8 249 unités. La gamme BMW X est de plus en plus demandée sur tous les segments : la BMW X3 a vu ses ventes croître de 16,6% à 10 777 unités alors que les ventes de la BMW X6 ont enregistré une progression de 24,2% à 3 587 unités. Les ventes du modèle phare de la marque, la nouvelle BMW Série 7, ont augmenté de 26,3% comparé au même mois l'an dernier, soit 3 392 unités livrées aux clients à travers le monde.

A l'issue d'une année 2015 où les ventes ont dépassé tous les records, **MINI** a réalisé son meilleur mois de janvier, avec 18 867 unités livrées aux clients dans le monde (+8,6%). La MINI 5 portes a été l'un des principaux moteurs de croissance de la marque, avec des ventes en hausse de 49,2% à 5 783 véhicules. Le très bon démarrage du nouveau MINI Clubman s'est poursuivi au cours du mois de janvier avec un total de 2 300 unités livrées dans le monde.

La tendance positive des ventes en **Europe** s'est poursuivie en janvier avec des livraisons de véhicules des marques BMW et MINI en hausse de 10,9% par rapport au même mois l'an dernier (à 61 737 unités). Plusieurs marchés ont atteint des taux de croissance à deux chiffres, notamment l'Italie (5 907 unités, +16,2%), la France (5 273 unités, +18,8%) et l'Espagne (4 417 unités, +25,5%). L'Allemagne et le Royaume Uni, les deux plus gros marchés de la région pour BMW Group, ont aussi enregistré une progression des ventes en janvier : 20 009 véhicules de BMW Group ont été immatriculés en Allemagne (+2,4%) tandis que les ventes au Royaume Uni ont augmenté de 2,3% à 9 453 unités.

Les résultats des ventes de la région des **Amériques** ont été affectés par les tempêtes qui ont perturbé une grande partie des Etats-Unis en janvier. 26 667 automobiles des marques BMW et MINI ont été livrés dans la région au cours du premier mois de l'année (-2,9%). Bien que les ventes aux Etats-Unis aient été en baisse de 4% par rapport au même mois de l'exercice précédent, les livraisons au Canada ont augmenté de 9,8% à 2 280 unités et celles au Mexique ont enregistré une hausse de 13% à 1 430 unités.

Les ventes de BMW et MINI en **Asie** ont progressé de 9,8% (à 59 522 unités) par rapport à janvier 2015. En Chine continentale, les livraisons ont atteint 43 441 unités, soit une hausse de 8,4%. La Corée du Sud a vu ses ventes croître de 13,4% à 4 587 unités, et les livraisons au Japon ont augmenté de 19,3% à 3 833 unités.

L'année a aussi fort bien commencé pour la marque **BMW Motorrad**, qui a vu ses ventes grimper de 19,6% par rapport à janvier 2015. 7 488 motos et maxi-scooters de la marque BMW ont été livrés aux clients dans le monde au cours du mois, ce qui fait de janvier 2016 le meilleur mois jamais enregistré pour la marque BMW Motorrad.

### Aperçu des ventes de BMW Group en janvier 2016

	En janvier 2016	Comparé à l'exercice précédent
<b>BMW Group</b>	152,879	+7.5%
<b>BMW</b>	133,883	+7.5%
<b>MINI</b>	18,867	+8.6%
<b>BMW Motorrad</b>	7,488	+19.6%

---

### BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution plus de 5.000 salariés en France. En 2015, BMW Group France a immatriculé 76.077 automobiles des marques BMW et MINI et 12.456 motos.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. 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 la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

### BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, 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. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2015, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 247 485 automobiles. En 2014, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 8,71 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 80,40 milliards d'euros. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 salariés.

**BMW  
GROUP**



Rolls-Royce  
Motor Cars Limited

## Communication et relations publiques

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.