



Bilan 2015 des ventes aux sociétés en France : une année record pour BMW et MINI.

BMW en tête du segment Premium, avec 19.731 VP, progresse de 21,9% et figure en 5ème position du marché français VAE toutes marques.

MINI enregistre une croissance de 28,7% avec 4.682 unités.

Paris. La marque BMW a établi en 2015 un record historique d'immatriculations en France avec 53.558 VP, en progression de 12,3%. Ce succès a été largement porté par les ventes aux particuliers, mais aussi par une forte croissance des ventes aux administrations et sociétés : 19.731 unités, soit +21,9%.

MINI enregistre une progression de 28,7% sur le canal des VAE, encore supérieure à la croissance de la marque à 23,2% en 2015.

Tous les canaux progressent, que ce soit les TPE / PME ou les Grands Comptes. Les secteurs informatique et pharmaceutique et high-tech ont été particulièrement porteurs, ainsi que les VTC.

Parmi les facteurs de succès, nous notons :

- **La diversification des gammes BMW et MINI**, avec d'excellentes performances des BMW Série 2 Active et Gran Tourer, BMW Série 4 Gran Coupé, MINI Countryman et MINI Hatch 5 portes récemment lancés. L'ensemble de la famille des modèles BMW X était à nouveau très recherché cette année.
- **Les valeurs résiduelles élevées** des modèles des deux marques qui permettent d'offrir des loyers extrêmement attractifs.
- **De faibles coûts d'utilisation** liés à l'efficacité des motorisations en usage réel et à l'espacement des opérations d'entretien.
- **Une fiscalité avantageuse** liée à de faibles niveaux d'émission CO2.

Communication et relations publiques

- Et bien sûr, **le facteur motivation** des Personnels et Managers utilisateurs des voitures de société Premium offrant sécurité, élégance, connectivité et le Plaisir de Conduire proverbial de BMW.

L'année 2016 est attendue à nouveau en croissance, grâce à un élargissement de l'offre de finitions business, notamment sur les motorisations essence et les nombreuses nouveautés produit :

- BMW Série 2 Activer et Gran Tourer, BMW X1 en année pleine
- Une gamme complète de modèles essence hybrides rechargeables
- BMW Série 7 sur le segment des limousines de luxe sportif
- MINI Clubman
- BMW i3 avec ou sans étendeur d'autonomie (REx)

En outre, nous allons travailler avec le réseau de concessionnaires pour renforcer ses « business centers » avec personnel, label et services dédiés aux clients professionnels. La capillarité et la proximité sont clairement des clés pour la satisfaction et la conquête des clients.

Chiffres ventes sociétés 2015 - BMW, MINI et BMW i :

	Sociétés + Administrations	Loueurs Longue Durée	Total VAE	% 2015 / 14
BMW (incl BMW i)	7 510	12 221	19 731	+21,9%
BMW i	213	125	338	+++
MINI	3 318	1 364	4 682	+28,7%

Les 3 modèles BMW les plus vendus aux Entreprises :

BMW Série 1	3.150 unités
BMW Série 2 Active Tourer	2.562 unités
BMW X3	2.146 unités

Les 3 modèles MINI les plus vendus aux Entreprises :

MINI Hatch 3 portes	1.553 unités
MINI Hatch 5 portes	1.488 unités
MINI Countryman	1.235 unités

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 environ 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 Centre Pompidou, 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 1er 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 pour l'exercice financier 2014. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 salariés.

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.