



Communiqué de presse 2065  
11 mars 2016

## **BMW Group réalise les meilleures ventes en février de son histoire.**

Hausse des ventes mensuelles de 7,9% à 163 965 unités dans le monde.

Depuis le début de l'exercice, les ventes s'élèvent à 316 846, soit une hausse de 7,7%. Les livraisons de la marque BMW ont augmenté de 8,3% à 277 304 unités sur les deux premiers mois de l'année.

Les ventes de la marque MINI ont atteint 39 237 unités, soit une hausse de 4,1% depuis le début de l'année.

Les ventes en Europe, depuis le début de l'exercice, enregistrent une progression de 11,4%, en Asie de 12,1%.

BMW Motorrad a livré 17 323 unités depuis le début de 2016, soit une hausse de 12,1%.

**Munich.** En cette année de centenaire, BMW Group a poursuivi la croissance de ses ventes mondiales. Le nombre de livraisons a atteint un niveau record en février avec 163 965 véhicules des marques BMW, MINI et Rolls-Royce livrés aux clients dans le monde, soit une hausse de 7,9% par rapport au même mois l'an dernier. Depuis le début de l'année, 316 846 unités ont été vendues, soit une croissance de 7,7% comparé à la même période l'an dernier.

« Alors que nous entamons notre année du centenaire, je suis ravi que nos ventes continuent d'augmenter de façon durable » a déclaré Ian Robertson, membre du directoire de BMW AG en charge des ventes et du marketing BMW. « Comme nous l'avions prévu, certains marchés connaissent des évolutions positives, d'autres des turbulences. Cependant, avec nos nouveaux modèles innovants, nous restons optimistes quant à la poursuite d'une croissance régulière des ventes au fil de l'année, » a-t-il ajouté.

Au cours des deux premiers mois de 2016, les ventes de la marque **BMW** ont bondi de 8,3% à 277 304 unités dans le monde. De nombreux modèles ont affiché des ventes en hausse durant les deux premiers mois de l'année. 24 621 BMW Série 1 ont été livrées, soit une croissance de 14,3% comparé aux deux premiers mois de l'année précédente. 24 014 BMW Série 2 ont été vendues jusqu'à présent cette année, dont 10 699 BMW Série 2 Active Tourer et 6 698 Série 2 Gran Tourer. Les ventes de la nouvelle BMW Série 7 ont atteint 6 506 unités les deux premiers mois, soit une hausse de 21,6% par rapport à la même période l'an dernier.

## Communication et relations publiques

La gamme BMW X demeure un fort moteur de croissance : les ventes de BMW X1 ont enregistré une progression de 59,6% (28 882 unités), celles de BMW X3 ont augmenté de 16,8% (22 694 unités) et celles de BMW X6 ont grimpé de 20,3% (6 869 unités).

2 871 BMW i ont été livrées aux clients dans le monde depuis le début de l'année. Depuis son introduction fin 2013, plus de 50 000 véhicules innovants BMW i ont été vendus.

Les ventes de **MINI** ont progressé de 4,1% au cours des deux premiers mois de l'année, avec 39 237 véhicules livrés. Un des principaux moteurs de croissance a été la MINI 5 portes avec 11 606 unités vendues, soit une hausse de 29,5% par rapport à la même période l'an dernier. Depuis le début de l'année, le MINI Clubman, lancé récemment, a été livré à 5 603 clients à travers le monde.

**Les ventes en Europe** ont poursuivi leur forte croissance, la livraison de BMW et MINI atteignant 134 140 unités au cours des deux premiers mois, soit une hausse de 11,4% comparé à l'an dernier. Presque tous les marchés ont enregistré une progression des ventes, avec une croissance à deux chiffres constatée sur plusieurs marchés, notamment en France (12 172 unités / +13,3%), en Italie (12 522 unités / +12,4%), et en Espagne (8 949 unités / +22,5%).

**En Asie**, les livraisons de BMW et MINI ont affiché une hausse de 12,1% (113 588) par rapport aux deux premiers mois de l'an dernier. En Chine continentale, elles ont augmenté de 12,7% (80 215 unités), au Japon, de 15,0% (9 491 unités) et en Corée du Sud, de 13,3% (9 328 unités).

**Dans la région des Amériques**, les ventes de BMW et MINI sur les deux premiers mois ont diminué de 6,4% avec 58 174 unités livrées aux clients. Si les ventes de 46 657 unités aux Etats-Unis correspondent à une baisse de 8,7% par rapport à la même période l'an dernier, les livraisons au Canada ont par contre enregistré une progression de 8,8% (5 191 unités).

**La marque BMW Motorrad** continue d'afficher une forte croissance de ses ventes avec des livraisons en hausse de 12,1% depuis le début de l'exercice. 17 323 motos et maxi-scooters BMW ont été livrés aux clients dans le monde depuis le début de l'année 2016.

**Aperçu des ventes de BMW Group cumulées à février 2016**

	<b>En février 2016</b>	<b>Comparé à l'exercice précédent</b>	<b>Cumulé à février 2016</b>	<b>Comparé à l'exercice précédent</b>
<b>BMW Group Automobiles</b>	163 965	+7,9%	316 846	+7,7%
<b>BMW</b>	143 419	+9,1%	277 304	+8,3%
<b>MINI</b>	20 370	+0,3%	39 237	+4,1%
<b>BMW Motorrad</b>	9 835	+7,0%	17 323	+12,1%

**Pour plus d'informations, merci de contacter :****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 mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 247 485 automobiles et près de 137 000 motos. En 2015, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,22 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 444 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.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>