



Communiqué de presse
13 mai 2016

Les ventes de BMW Group continuent de croître.

En avril, BMW, MINI et BMW Motorrad enregistrent des ventes record.

Les ventes de véhicules de BMW Group au cours du mois ont augmenté de 1,9% à 179 285 unités.

Depuis le début de l'exercice, les ventes s'élèvent à 736 931 unités, soit une hausse de 4,9%.

L'Europe et l'Asie ont été les moteurs de la croissance sur les quatre premiers mois de l'année.

Les ventes de BMW i3 affichent une progression de 50,7% comparé au même mois de l'exercice précédent.

La BMW X5 Hybride Rechargeable connaît un solide démarrage.

Munich. En avril, la croissance soutenue des ventes de BMW Group s'est poursuivie avec de nouveaux records enregistrés par les marques BMW, MINI et BMW Motorrad. Au cours du mois d'avril, BMW Group a vendu 179 285 véhicules aux clients dans le monde, soit une hausse de 1,9% par rapport au même mois l'an dernier. Cette croissance durable et soutenue se reflète dans les résultats de BMW Group depuis le début de l'exercice, avec 736 931 véhicules livrés au cours des quatre premiers mois de l'année 2016, soit une progression de 4,9% par rapport au même mois de l'exercice précédent.

« A la suite du mois de mars, qui fut le meilleur mois en termes de ventes dans l'histoire de BMW Group, nous avons une fois de plus atteint des niveaux de croissance durable et rentable sur la gamme de produits de BMW Group, » a déclaré Ian Robertson, membre du directoire de BMW Group en charge des ventes et du marketing BMW. « Malgré des difficultés sur certains marchés, la situation générale reste positive pour l'année 2016, » a-t-il ajouté.

Les ventes de la marque **BMW** ont atteint un nouveau record pour un mois d'avril avec 150 542 véhicules livrés aux clients dans le monde, soit une augmentation de 1,1% comparé aux niveaux de ventes très élevés du même mois l'an dernier. Depuis le début de l'année, les ventes de la marque BMW s'élèvent à 629 325 unités, en progression de 4,8% comparé à l'exercice précédent. Alors que de nombreux modèles au sein de la gamme de produits ont enregistré une croissance des ventes cette année, les modèles de la gamme BMW X ont été les principaux moteurs de la croissance. Les ventes de BMW X1 ont bondi de 60,6% comparé aux quatre premiers mois de l'année 2015, avec 63 243 unités livrées aux clients dans le monde. Les ventes de BMW X3 ont également enregistré une

Communication et relations publiques

croissance à deux chiffres : les ventes dans le monde ont grimpé de 18,4% à 49 325 unités. Les autres modèles de BMW qui ont atteint des niveaux de croissance à deux chiffres sont la BMW Série 2, avec des ventes en hausse de 54,8% (59 407 unités) et la BMW Série 7, qui a vu ses ventes augmenter de 15,8% au cours des quatre premiers mois de l'année (14 609 unités).

Le mois d'avril a vu croître la demande pour les véhicules innovants de BMW Group équipés de moteurs électriques. Au cours du mois, 4 504 véhicules électriques et hybrides rechargeables ont été vendus dans le monde. Les Etats-Unis, la Scandinavie et la Grande-Bretagne ont été les trois marchés les plus performants pour ces véhicules. Les ventes de la BMW i3 entièrement électrique ont progressé de 50,7% comparé au même mois l'an dernier (1 854 unités), avec les ventes totales pour la gamme BMW i en hausse de 29,4% par rapport au même mois de l'exercice précédent (2 181 unités). Six mois après le lancement de la BMW X5 Hybride rechargeable, près de 10% de toutes les BMW X5 vendues en avril étaient des versions électriques, avec 1 196 livraisons aux clients dans le monde au cours du mois.

En avril, les livraisons aux clients des véhicules de la marque **MINI** ont atteint 28 441 unités dans le monde, soit une augmentation de 6,3% par rapport au même mois l'an dernier, ce qui constitue un nouveau record pour un mois d'avril. Depuis le début de l'exercice, les ventes de la marque ont bondi de 5,6% à 106 753 véhicules. Les deux nouveaux produits de la gamme MINI ont stimulé la croissance des ventes : les ventes du MINI Cabrio ont grimpé de 12,0% à 5 849 unités dans le monde sur les quatre premiers mois de l'année, tandis que les ventes du MINI Clubman s'élèvent à 16 409 unités sur la même période.

L'Europe continue d'être un important moteur de croissance pour les ventes de BMW et MINI. Les livraisons en Europe au cours des quatre premiers mois de 2016 s'élèvent à 341 195 unités, soit une hausse de 9,9% comparé à la même période l'an dernier. Presque tous les marchés de la région ont enregistré une progression depuis le début de l'exercice, avec des niveaux de croissance à deux chiffres sur plusieurs marchés dont la France (27 784 / +12,2%), l'Espagne (17 884 / +20,6%) et la Scandinavie (17 491 / +14,4%).

En **France**, BMW Group affiche d'excellents résultats et confirme ainsi sa position de leader sur le segment Premium VP du marché automobile français sur les quatre premiers mois de l'année. En avril, la marque **BMW** enregistre une hausse de 29,5% de ses livraisons dans l'Hexagone avec 5057 immatriculations (+24.2% depuis le début de l'année à 19 873 unités dont 489 BMW i). Les immatriculations de **MINI** en France ont

augmenté de 16,7% à 2 281 unités en avril et de 16,9% sur les quatre premiers mois, à 8 261 unités.

Depuis le début de l'exercice, les livraisons de véhicules BMW et MINI **en Asie** ont crû de 6,2% par rapport à la même période l'an dernier, avec 234 463 unités livrées aux clients dans la région. En Chine continentale, les livraisons ont augmenté de 6% (162 221 unités), tandis qu'en Corée du Sud, elles ont bondi de 15,6% (19 550 unités) et au Japon de 6,7% (22 936 unités).

Dans la région des Amériques, les ventes de BMW et MINI depuis le début de l'exercice ont diminué de 8,1% avec 138 033 unités livrées aux clients. Les ventes globales de BMW Group dans cette région ont atteint 111 199 unités, soit une baisse de 10,1% par rapport à la même période l'an dernier, car l'approvisionnement du marché est en train d'être rééquilibré afin de prendre en compte la demande croissante pour les modèles SUV. Les livraisons au Canada ont enregistré une progression de 9,3% (13 197 unités) et les ventes au Mexique depuis le début de l'exercice ont grimpé de 7,1% (9 766 unités).

La marque **BMW Motorrad** a poursuivi sa série de ventes record en avril avec des livraisons en hausse de 1,4% (16 793 unités). Dans le monde, 50 581 motos et maxi-scooters BMW ont été livrés depuis le début de l'année 2016 (+5,5%).

Aperçu des ventes de BMW Group cumulées à avril 2016

	En avril 2016	Comparé à l'exercice précédent	Cumulé à avril 2016	Comparé à l'exercice précédent
BMW Group Automobiles	179 285	+1,9%	736 931	+4,9%
BMW	150 542	+1,1%	629 325	+4,8%
MINI	28 441	+6,3%	106 753	+5,6%
BMW Motorrad	16 793	+1,4%	50 581	+5,5%

Communication et relations publiques

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^{er} 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 31 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

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

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

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

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