

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2116

1^{er} juillet 2016

BMW Group en nette progression sur le marché français au 1^{er} semestre 2016, se positionne en tête du segment des hybrides rechargeables.

- **BMW Group France consolide son leadership sur le segment Premium.**
- **Les immatriculations de la marque BMW progressent de 21,8% et celles de la marque MINI de 17,3 % depuis le début de l'année.**
- **BMW en tête du segment des hybrides rechargeables avec 852 unités.**
- **La BMW i3 en forte croissance à 61% avec 687 unités.**

Paris, 1^{er} juillet 2016 - Sur le premier semestre de l'année 2016, **BMW Group France**, avec ses marques BMW et MINI, a enregistré une hausse de 20,3 % de ses immatriculations, à 44.405 unités* (2015 : 36.908), sa part de marché dépassant ainsi les 4% pour la première fois. BMW Group France confirme sa position de leader sur le segment Premium du marché automobile français.

La marque **BMW**, avec 31.145 unités immatriculées en 2016 (6 mois 2015 : 25.573), a vu ses ventes grimper de 21,8 %, dans un marché VP français à + 8,4 %, soit une part de marché de 2,82 %. Cette croissance est notamment portée sur le segment compact Premium par les BMW Série 2 Active Tourer et Gran Tourer, BMW X1 mais aussi par la BMW Série 4 Gran Coupé. La nouvelle BMW Série 7, lancée en octobre 2015 rencontre un grand succès grâce à ses multiples premières technologiques.

Sur le seul mois de juin 2016, la progression des véhicules immatriculés BMW a atteint 9,5 % avec 6.290 unités (2015 : 5.743) et 2,77 % de part de marché.

« Lors de ce premier semestre 2016, la France a confirmé son rôle moteur dans la croissance de BMW Group en Europe. Nos nouveaux modèles hybrides rechargeables BMW iPerformance rencontrent un grand succès, et notre marque électrique BMW i passe à la vitesse supérieure. Notre offre répond à l'adhésion grandissante des Français pour cette motorisation et leur choix d'une mobilité durable » a déclaré Serge Naudin, Président du directoire de BMW Group France.

Les gammes électriques et hybrides ont aussi largement contribué à ce résultat positif. La nouvelle gamme **BMW iPerformance**, qui comprend désormais 3 modèles des gammes Série 2, 3 et X5, connaît un essor considérable avec 852 immatriculations sur les 6 premiers mois de l'année, lorsqu'on inclut les 55 unités de BMW i8. BMW s'installe ainsi en tête en France avec 26 % de part de ce segment.

La BMW i3 continue de progresser fortement au premier semestre avec 687 immatriculations, soit 61 % de croissance par rapport au premier semestre de l'année précédente. Elle occupe la troisième place des immatriculations sur le marché français de la voiture électrique mais également la première place des voitures électriques citadines Premium avec ses versions 100 % électrique et celles dotées d'un étendeur d'autonomie (REx). En outre, 55 clients ont pris possession d'une **BMW i8** (2015 : 50, +10%).

Une nouvelle version de la BMW i3 dotée d'un pack de batterie à 94 ampères sera lancée dès la rentrée pour offrir une autonomie accrue de 50% soit jusqu'à 400 km pour la version dotée de l'étendeur d'autonomie (REx).

Communication et relations publiques

La marque **MINI** a enregistré sur les six premiers mois de l'année un volume d'immatriculations de 13.260 unités (2015 : 11.306 unités, soit + 17,3 %), avec une part de marché progressant à 1,2 %. Ces ventes ont notamment été portées par le succès des nouveaux MINI Clubman et MINI Cabrio lancés respectivement fin 2015 et en mars 2016. MINI progressait sur le seul mois de juin 2016 de 21% avec 2.896 immatriculations (2015 : 2.395).

Vincent Salimon, Directeur de la marque MINI en France explique : « MINI poursuit sa forte croissance déjà observée en 2015, grâce notamment à l'accès au segment des compactes avec le nouveau MINI Clubman et au succès immédiat de la nouvelle MINI Cabrio, premier et seul cabriolet Premium dans le segment des citadines».

Synthèse des immatriculations de BMW Group en France en 2016

	Volume semestre 2016	Volume semestre 2015	PdM 2016 (%)	Var 2016/15 (%)
Marché total VP	1.102.485	1.017.493	100	+ 8,4
BMW Group	44.405	36.908	4,02	+ 20,3
BMW	31.145	25.573	2,82	+ 21,8
dont BMW i3	687	427		+ 61
MINI	13.260	11.306	1,2	+ 17,3

*Immatriculations VN, chiffres provisoires AAA

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 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

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

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

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

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