



Communiqué de presse n° 2126
12 juillet 2016

BMW Group réalise le meilleur mois de juin de son histoire.

227 849 véhicules ont été vendus dans le monde en juin, soit une hausse de 9,1%.

Depuis le début de l'année, les ventes ont progressé de 5,8% à 1 163 139 unités.

Les ventes de BMW ont augmenté de 9,7% en juin à 189 097 unités.

En juin, MINI a vu ses ventes grimper de 6,3% à 38 282 véhicules.

L'Europe et l'Asie ont atteint des niveaux de croissance à deux chiffres.

Plus de 6 000 BMW Série 7 ont été vendues en juin.

Les ventes de BMW hybrides iPerformance progressent fortement en Europe.

Munich. BMW Group réalise le meilleur mois de juin de son histoire, avec 227 849 véhicules livrés dans le monde, soit une progression de 9,1% par rapport au même mois l'an dernier. Ce mois de juin historique permet au groupe de réaliser un premier semestre record en termes de ventes. Depuis le début de l'exercice, celles-ci ont atteint 1 163 139 unités, en hausse de 5,8% par rapport au premier semestre 2015.

« Avec nos trois marques premium, nous avons enregistré une bonne croissance au premier semestre, avec des résultats particulièrement solides en Europe et en Asie » a déclaré Ian Robertson, membre du directoire de BMW AG en charge des ventes et du marketing BMW. « Notre priorité est toujours d'assurer une croissance durable et rentable des ventes. Malgré des turbulences sur certains marchés, nos résultats en juin confirment que nous sommes en train d'atteindre notre objectif, » a-t-il ajouté.

Un record de 189 097 (+9,7%) véhicules de la marque BMW ont été livrés en juin. Depuis le début de l'exercice, les ventes de la marque ont ainsi atteint 986 557 unités, soit une hausse de 5,8% par rapport aux six premiers mois de l'an dernier. En juin, plusieurs modèles de BMW ont enregistré une croissance solide des ventes, comme la BMW Série 2 (21 720 / +49,6%), la BMW X1 (17 031 / +79,8%), la BMW X3 (15 489 / +27,2%) et la BMW Série 5 (29 965 / +5,4%). Les ventes mensuelles de la BMW Série 7 ont presque doublé par rapport au même mois l'an dernier avec 6 301 véhiculés livrés dans le monde (+92,6%).

La demande pour les véhicules électriques BMW i et les véhicules hybrides rechargeables BMW iPerformance continue d'augmenter, particulièrement en Europe. En juin, 4% des ventes de BMW en Europe de l'Ouest se sont portées sur des véhicules électriques ou hybrides, avec des progressions significatives sur les marchés dans lesquels l'e-mobilité est soutenue par des mesures financières et liées aux infrastructures. Par exemple aux Pays-Bas,

Communication et relations publiques

14,9% des véhicules BMW vendus en juin étaient des véhicules BMW i ou BMW iPerformance. En Scandinavie, ce pourcentage atteint 13,2%. En juillet, la nouvelle BMW i3 94 Ah sera lancée sur le marché. Cette nouvelle version de la BMW i3 est dotée d'une batterie d'une capacité nettement plus grande et offre aux clients une autonomie de 200km en conditions réelles d'utilisation (300 km selon la norme NEDC. BMW i3 (94 Ah)/ BMW i3 (60 Ah) : consommation de carburant en cycle mixte 0,6/0,6 l/100 km ; consommation d'électricité en cycle mixte 11,3/13,5 kWh /100 km ; émissions CO2 en cycle mixte : 12/13 g/km)*. Avant même le lancement de ce nouveau modèle, près de 5000 précommandes ont été enregistrées en Europe.

MINI a également réalisé le meilleur mois de juin de son histoire avec 38 282 véhicules livrés dans le monde (+6,3%). 174 898 véhicules MINI ont été vendus au cours du premier semestre, soit une hausse de 5,4% par rapport à la même période l'an dernier.

« MINI a réalisé sa meilleure performance semestrielle à ce jour », a commenté Peter Schwarzenbauer, membre du directoire de BMW AG en charge des marques MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad. « Nos deux nouveaux modèles Premium ont été de solides moteurs de croissance. Nous sommes ravis de voir que la troisième génération de MINI Cabrio rencontre un franc succès, tandis que le MINI Clubman, qui offre une grande fonctionnalité au quotidien dans le segment des compactes, a permis à la marque de gagner de nombreux fans », a-t-il ajouté. Le nouveau MINI Cabrio a été livré à 14 136 clients durant les six premiers mois de l'année (+54,5%), tandis que 27 511 clients dans le monde ont reçu les clés d'un MINI Clubman.

Rolls-Royce Motor Cars a aussi enregistré son meilleur mois de juin dans l'histoire de l'entreprise et d'excellents résultats au deuxième trimestre, en hausse de 14,7% par rapport au deuxième trimestre 2015. La demande record pour le Rolls-Royce cabriolet Dawn lancé récemment, ainsi que l'engouement pour les modèles Rolls-Royce Black Badge Wraith et Black Badge Ghost, ont permis des ventes solides dans toutes les gammes de modèles. Les ventes du premier semestre ont atteint 1 684 unités, en baisse de 4,8% par rapport à l'an dernier. Ce résultat est conforme aux prévisions et s'accorde avec le rééquilibrage réussi des actifs de production au sein de l'usine de Goodwood suite au lancement de la Rolls Royce Dawn. La marque confirme ses prévisions optimistes pour l'année en cours.

En Europe, les ventes mensuelles combinées des marques BMW et MINI ont totalisé 110 303 unités en juin, soit une hausse de 15% comparé au même mois l'an dernier. En

Communication et relations publiques

Allemagne, les ventes ont grimpé de 14,8% (32 775), tandis que 8 288 véhicules BMW et MINI ont été livrés en France (+10,9%) et 7 867 en Italie (+19,8%). Les ventes totales de BMW et MINI en Europe sur les six premiers mois cumulent à 542 851 unités, soit une augmentation de 11,2%. Pour la première fois, plus d'un demi-million de véhicules ont été vendus dans la région sur les six premiers mois de l'année.

En Asie, BMW et MINI ont enregistré une forte croissance des ventes avec 67 723 véhicules livrés en juin (+12,3%). Le premier marché de la région, la Chine continentale, a progressé de 12,8% par rapport au même mois l'an dernier, avec 45 300 véhicules vendus. Les ventes mensuelles au Japon ont atteint 8 300 unités, en hausse de 12,6% en juin. Sur les six premiers mois de l'année, 360 910 véhicules BMW et MINI ont été vendus en Asie, soit une hausse de 7,3% comparé à la même période l'an dernier.

Dans la région des Amériques, BMW et MINI ont vu leurs ventes diminuer de 8,4% en juin par rapport à juin 2015, avec 42 425 véhicules livrés aux clients dans la région. Les ventes mensuelles aux Etats-Unis ont baissé de 11,9% (33 769). Depuis le début de l'exercice, les ventes de BMW et MINI dans la région des Amériques ont atteint 222 524 unités, soit une baisse de 8% comparé à la même période l'année dernière.

Le premier semestre a été prospère pour **BMW Motorrad**. Pour la première fois de son histoire, plus de 80 000 motos et maxi-scooters ont été livrés au premier semestre. Depuis le début de l'année, les ventes sont en hausse de 3,0% par rapport à la même période l'an dernier, avec 80 754 deux-roues vendues dans le monde. Les ventes mensuelles de BMW Motorrad ont diminué de 3,2% par rapport au mois de juin record de l'année dernière, avec 14 993 unités livrées.

Aperçu des ventes de BMW Group cumulées à juin 2016

	En juin 2016	Comparé à l'exercice précédent	Cumulé à juin 2016	Comparé à l'exercice précédent
BMW Group	227 849	+9,1%	1,163 139	+5,8%
BMW	189 097	+9,7%	986 557	+5,8%
MINI	38 282	+6,3%	174 898	+5,4%
Rolls-Royce Motor Cars	470	+33,9%	1 684	-4,8%
BMW Motorrad	14 993	-3,2%	80 754	+3,0%

*De plus amples informations sur la consommation de carburant officielle, les émissions de CO2 spécifiques officielles et la consommation de courant de voitures particulières neuves

Communication et relations publiques

figurent dans le « Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen » (Guide de la consommation de carburant, des émissions de CO₂ et de la consommation de courant de voitures particulières neuves), disponible dans tous les points de vente, auprès de la Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, D-73760 Ostfildern-Scharnhausen et sur Internet sous <http://www.dat.de/en/offers/publications/guideline-for-fuel-consumption.html>. Guide de la consommation : CO₂-Leitfaden (PDF – 2 MO).

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél : + 33 1 30 43 94 34
E-Mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Maryse Bataillard
Communication Corporate
Tel : + 33 1 30 43 93 23
E-mail : maryse.bataillard@bmw.fr

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 122 244 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>