

Communiqué de presse n° 2140  
10 août 2016

## **Un nouveau record en juillet : les ventes de BMW Group croissent régulièrement.**

180 080 véhicules vendus dans le monde, soit 4,0% de hausse. Les ventes ont progressé au cumul de 5,5% à 1 343 217 unités. Les ventes de BMW ont augmenté de 4,0% en juillet à 153 392 véhicules.

MINI a livré 26 439 voitures, en hausse également de 4,0%.

Nette croissance des ventes en Europe et en Asie.

Les modèles électrifiés de BMW dépassent les prévisions.

**Munich.** BMW Group réalise le meilleur mois de juillet de son histoire en termes de ventes, avec un total de 180 080 véhicules livrés dans le monde, soit une hausse de 4,0% par rapport au même mois l'an dernier. En continuité avec une première moitié d'année record, ce démarrage solide au troisième trimestre amène les ventes totales à + 5,5% depuis le début de l'exercice, avec 1 343 217 véhicules livrés dans le monde.

« BMW Group continue d'enregistrer une croissance durable et profitable de ses ventes mois après mois », a déclaré Ian Robertson, membre du directoire de BMW Group en charge des ventes et du marketing BMW. « Nous observons une croissance sur l'ensemble de notre gamme et le fait que la production prévue de nos hybrides rechargeables Série 7, Série 3 et Série 2 Active Tourer soit déjà vendue cette année prouve que notre stratégie d'électrification de l'ensemble de nos modèles est la bonne. Nous allons maintenant évidemment répondre à la forte demande de la clientèle », a-t-il ajouté.

En juillet, les ventes de véhicules de la marque BMW ont atteint 153 392 unités (+4,0%), un niveau jamais égalé pour un mois de juillet. Depuis le début de l'année, les ventes de la marque ont augmenté à 1 139 947 unités, soit une hausse de 5,6% par rapport au sept premiers mois de l'année précédente. De nombreux modèles ont vu leurs ventes considérablement progresser, notamment la BMW Série 2 (113 233 / +43,6%), la BMW X1 (111 639 / +69,6%), la BMW X3 (88 442 / +15,5%) et la BMW X4 (34 464 / +6,9%). Plus de 30 000 nouvelles BMW Série 7 ont déjà été livrées cette année, en hausse de 40% comparé à la même période l'an dernier. Les ventes mensuelles du véhicule-phare de la marque ont plus que doublé d'une année sur l'autre, avec 5 025 unités livrées en juillet, grâce à la disponibilité de nouvelles versions.

Les modèles électrifiés de BMW continuent de dépasser les attentes, particulièrement en Europe. S'ils ont représenté 4% des ventes totales de BMW en Europe de l'Ouest en juillet, ce pourcentage a connu une forte hausse sur les marchés où la mobilité électrique innovante est encouragée via des mesures financières ou d'infrastructure. Aux Pays-Bas, par exemple, 43% des immatriculations de la BMW Série 3 ont concerné la version hybride rechargeable BMW 330e, et 26% des immatriculations de la Série 2 Active Tourer ont été

## Media Information

Date 10 août 2016

Subject Les ventes de BMW Group poursuivent leur augmentation constante pour réaliser le meilleur mois de juillet de leur histoire

Page 2

enregistrées dans sa version hybride rechargeable BMW 225xe. En Scandinavie, ces résultats sont encore plus élevés, avec des versions hybrides rechargeables représentant respectivement 45% et 55% de l'ensemble des ventes de la Série 3 et de la Série 2 Active Tourer. Le mois de juillet a également vu les premières livraisons de la nouvelle BMW i3 94A, qui offre une batterie d'une capacité supérieure de 50%, ce qui augmente son autonomie de manière significative. Les commandes pour la nouvelle BMW i3 dépassent les 7 000 unités dans le monde, tandis que les ventes de ce modèle ont progressé de 33,7% en juillet, soit 2 358 véhicules livrés au cours du mois.

Faisant suite au meilleur premier semestre de son histoire, les ventes de **MINI** ont également atteint un niveau record en juillet, avec 26 439 véhicules livrés dans le monde (+4,0%). Au total, 201 337 MINI ont été vendues au cours des sept derniers mois, soit une hausse de 5,2%. C'est la première fois que la marque a atteint le seuil des 200 000 unités à cette période de l'année. Les principaux moteurs de croissance de la marque ont été le MINI Convertible (17 225 / +65,9%) et le MINI Clubman, qui a été livré à plus de 32 000 clients à travers le monde.

**En Europe**, les ventes mensuelles combinées des marques BMW et MINI ont atteint 79 815 unités en juillet, soit une hausse de 5,6% par rapport au même mois l'an dernier. Depuis le début de l'année, les ventes en Europe ont grimpé de 10,5%, à 622 664 unités. Presque tous les marchés de la région ont contribué à cette forte croissance, les trois principaux marchés que sont l'Allemagne (182 390 / +7,8%), le Royaume-Uni (136 914 / +9,6%) et la France (49 755 / +13,0%) ayant joué un rôle significatif.

**En Asie**, BMW et MINI ont également enregistré une forte croissance des ventes de 7,9%, avec 56 819 unités livrées en juillet. Sur les sept premiers mois de l'année, 417 730 véhicules BMW et MINI ont ainsi été vendus en Asie, soit une hausse de 7,4% par rapport à la même période l'an dernier. Le plus gros marché de la région, la Chine continentale, a progressé de 8,5% comparé au sept premiers mois de l'année 2015, avec un total de 287 753 véhicules vendus. Depuis le début de l'exercice, les ventes au Japon (41 750 / +8,2%) et en Corée du Sud (34 569 / +9,9%) ont également enregistré une forte croissance.

**Dans la région des Amériques**, BMW et MINI ont vu leurs ventes diminuer de 3,9% en juillet par rapport au même mois l'année dernière, à 38 097 véhicules livrés. Depuis le début de l'année, les ventes de BMW et MINI dans la région ont atteint 260 621 unités, soit une baisse de 7,4% par rapport à la même période l'an dernier. Si les ventes progressent au Canada (25 524 / +7,3%) et au Mexique (18 308 / +9,1%), le marché hautement concurrentiel des Etats-Unis a vu ses ventes de BMW et MINI diminuer de 9,5% depuis le début de l'année, avec un total de 209 131 véhicules livrés.

Cette année continue d'être la meilleure jamais enregistrée pour **BMW Motorrad**, qui voit ses ventes augmenter de 2,1% depuis le début de l'exercice par rapport à la

## Media Information

Date 10 août 2016

Subject Les ventes de BMW Group poursuivent leur augmentation constante pour réaliser le meilleur mois de juillet de leur histoire

Page 3

même période l'an dernier : 94 546 motos et maxi-scooters ont ainsi été livrés sur les 7 premiers mois de l'année. Les ventes mensuelles ont presque atteint le niveau élevé de l'année précédente avec 13 792 unités vendues, soit une légère baisse de 2,7%.

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

	<b>En juillet 2016</b>	<b>Comparé à l'exercice précédent</b>	<b>Cumulé à juillet 2016</b>	<b>Comparé à l'exercice précédent</b>
<b>BMW Group Automobiles</b>	180 080	+4,0%	1 343 217	+5,5%
<b>BMW</b>	153 392	+4,0%	1 139 947	+5,6%
<b>MINI</b>	26 439	+4,0%	201 337	+5,2%
<b>BMW Motorrad</b>	13 792	-2,7%	94 546	+2,1%

**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 électromobilité, 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'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.

Media Information

Date 10 août 2016

Subject Les ventes de BMW Group poursuivent leur augmentation constante pour réaliser le meilleur mois de juillet de leur histoire

Page 4

**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](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>