

Media Communiqué de Presse
13 septembre 2016

BMW Group établit un nouveau record de ventes au mois d'août.

165 431 véhicules vendus dans le monde en août, soit une hausse de 5,7%.

Depuis le début de l'année, les ventes ont progressé de 5,5% à 1 508 659 unités.

Les ventes de BMW ont augmenté de 5% à 142 554 véhicules.

MINI a livré 22 575 voitures, soit une hausse de 10,3%.

Les ventes cumulées des modèles BMW i et iPerformance dépassent déjà le nombre total de véhicules vendus en 2015.

BMW France se place en tête des immatriculations du segment hybride rechargeable à fin août et enregistre une croissance de 61,7 % de ses modèles électriques BMW i3.

Munich. Les ventes de BMW Group poursuivent leur augmentation constante au mois d'août avec un total de 165 431 véhicules livrés dans le monde, soit une progression de 5,7% par rapport au même mois l'an dernier. Depuis le début de l'exercice, BMW Group a ainsi vendu 1 508 659 véhicules, soit +5,5% comparé à la même période l'année dernière. C'est la toute première fois que l'entreprise vend plus d'un million et demi de véhicules sur les huit premiers mois de l'année.

« Le succès de nos ventes dans toutes nos marques Premium souligne la force de notre gamme de produits », a déclaré Ian Robertson, membre du directoire de BMW Group en charge des ventes et du marketing BMW. « Les ventes augmentent sur l'ensemble de notre gamme et nos modèles électriques rencontrent un grand succès – nous avons déjà vendu plus de véhicules électriques et hybrides rechargeables cette année que sur toute l'année 2015 », a-t-il ajouté.

En août, 142 554 unités de la marque **BMW** ont été vendues, soit une hausse de 5% par rapport au même mois l'an dernier. Depuis le début de l'exercice, les ventes de la marque ont atteint 1 282 511 unités, en hausse de 5,5% par rapport au huit premiers mois de l'année précédente. Les ventes continuent à être portées par la gamme BMW X : avec 16 612 véhicules livrés dans le monde en août, les ventes mensuelles de la BMW X1 ont doublé en un an ; celles de la BMW X3 ont augmenté de 29,7% (à 12 663 unités), celles de la BMW X4 de 10,6% (à 4 118 unités) et celles de la BMW X5 de 9,9% (à 12 321 unités). Les ventes de la nouvelle BMW Série 7 ont plus que triplé par rapport au même mois l'an dernier – plus de 5 000 unités du véhicule phare de la marque ont été livrées dans le monde.

La demande pour les **modèles électriques et hybrides de BMW** reste forte, particulièrement en Europe. Les ventes combinées des véhicules électriques BMW i et les véhicules hybrides rechargeables BMW

Information Media

Date Media Communiqué de Presse

13 Septembre 2016

Sujet BMW Group réalise son meilleur mois d'août de son histoire en termes de ventes

Page 2

iPerformance ont déjà dépassé le nombre total d'unités vendues en 2015, avec 34 664 véhicules livrés depuis le début de l'année (17 809 de la gamme iPerformance et 16 855 BMW i). Une nouvelle déclinaison de la BMW i3, avec une batterie électrique dont la puissance est considérablement accrue, a été lancée en juillet ; 2 848 BMW i3 ont été livrées dans le monde en août, soit une hausse de +73,2% comparé au même mois l'an dernier.

En France, les immatriculations des modèles BMW i3 électriques continuent à fortement progresser depuis le début de l'année avec une croissance de 61,7 % et 870 immatriculations. BMW i se positionne ainsi en 4^e place des immatriculations de véhicules électriques en France et en tête du segment des modèles électriques citadins Premium.

La gamme BMW iPerformance, à laquelle BMW vient d'ajouter un cinquième modèle, la BMW 740e, constitue aujourd'hui l'offre la plus large sur le marché français des modèles hybrides rechargeables. BMW iPerformance connaît un essor considérable avec 1 045 immatriculations sur les 8 premiers mois de l'année et confirme ainsi sa position en tête de ce segment en France. De fait, la part des ventes de modèles électrifiés frôle les 5% depuis le début de l'année.

Les ventes de la marque **MINI** ont augmenté de +10,3% en août, avec 22 575 unités livrées dans le monde. Au cours des huit premiers mois de l'année, les ventes ont grimpé de 5,7% (à 223 913 unités). Les principaux moteurs de croissance de la marque sont le MINI Clubman, dont 36 687 unités ont été vendues depuis le début de l'année, et le MINI Cabrio – dont les ventes ont bondi de 148% en août (à 2 153 unités).

En Europe, les ventes mensuelles combinées des marques BMW et MINI ont atteint 62 653 unités en août, soit une hausse de 6,3% par rapport au même mois l'an dernier. Depuis le début de l'année, les ventes dans la région ont grimpé de 10,1%, à 685 328 unités. Tous les marchés de la région ont contribué à cette forte croissance, plusieurs affichant une croissance à deux chiffres, comme l'Italie (+16.7% / 51 444 unités), l'Espagne (+20.1% / 35 634 unités) et la Scandinavie (+15.5% / 34 370 unités).

En Asie, BMW et MINI ont également enregistré une forte croissance des ventes de 13,8%, avec 59 047 unités livrées en août. Sur les huit premiers mois de l'année, 476 777 véhicules BMW et MINI ont ainsi été vendus en Asie, soit une hausse de 8,1% par rapport à la même période l'an dernier. Le plus gros marché de la région, la Chine continentale, a progressé de 9,4% comparé à la même période l'an dernier,

Communications et relations publiques

Information Media

Date Media Communiqué de Presse

13 Septembre 2016

Sujet BMW Group réalise son meilleur mois d'août de son histoire en termes de ventes

Page 3

avec 329 972 véhicules en 2016. Les ventes depuis le début de l'exercice ont également augmenté dans d'autres marchés de la région, tels que le Japon (46 713 / +8,8%) et la Corée du Sud (39 392 / +10,4%).

Dans la région des Amériques, BMW et MINI ont vu leurs ventes diminuer de 4,4% en août par rapport au même mois l'an dernier, avec 38 200 véhicules livrés. Depuis le début de l'année, les ventes de BMW et MINI dans la région ont atteint 298 821 unités, soit une baisse de 7% par rapport à la même période l'an dernier. Si les ventes progressent au Canada (3 575 / +8%) et au Mexique (2 976 / +25,5%), le marché hautement concurrentiel des Etats-Unis a vu de son côté ses ventes de BMW et MINI diminuer de 7,2% (30 500 unités).

Cette année continue d'être la meilleure jamais enregistrée pour **BMW Motorrad**, qui voit ses ventes augmenter de 5,7% au mois d'août par rapport au même mois l'an dernier (9 238) et de 2,5%, sur les huit premiers mois (avec 103 829 motos et maxi-scooters livrés).

Aperçu des ventes de BMW Group cumulées à août 2016

	En août 2016	Comparé à l'exercice précédent	Cumulé à août 2016	Comparé à l'exercice précédent
BMW Group Automobiles	165 431	+5,7%	1 508 659	+5,5%
BMW	142 554	+5,0%	1 282 511	+5,5%
MINI	22 575	+10,3%	223 913	+5,7%
BMW Motorrad	9 238	+5,7%	103 829	+2,5%

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

Communications et relations publiques

Information Media

Date Media Communiqué de Presse
13 Septembre 2016

Sujet BMW Group réalise son meilleur mois d'août de son histoire en termes de ventes

Page 4

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'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 15 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>