

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n° 2437
4 janvier 2018

BMW Group conforte sa position de leader du segment Premium automobile en France avec de nouveaux records historiques de vente pour chacune de ses marques BMW et MINI.

- BMW Group France enregistre une progression de ses ventes automobiles à 87 748 immatriculations (+ 2,4 %).
- BMW Group leader des ventes du segment premium des véhicules électrifiés, en très forte croissance de 56% avec 4 534 immatriculations, dont 1 954 BMW i3 100% électrique à + 45%.
- BMW atteint 61 309 voitures immatriculées en progression de 1,3% par rapport à 2016.
- BMW xDrive à nouveau numéro un des ventes automobiles à 4 roues motrices, toutes marques confondues.
- MINI progresse de 5% à 26 431 immatriculations.

Paris - Sur l'ensemble de l'année 2017, BMW Group France a enregistré une hausse de ses immatriculations du segment automobile à 87 748 voitures des marques BMW et MINI (+ 2,4 % - 2016 : 85 697). BMW Group France confirme une fois encore sa position de leader sur le segment Premium du marché automobile français.

« Après deux années de très forte croissance, 2017 est une année de consolidation pour le groupe sur le marché Français à des niveaux de records historiques. BMW Group se positionne plus que jamais comme leader sur l'électromobilité Premium avec sa gamme unique de 10 modèles électriques, hydrides rechargeables et même deux roues électriques», a déclaré Vincent Salimon, Président du Directoire de BMW Group France. « De plus, BMW continue à jouer un rôle pionnier dans l'introduction de nouvelles technologies. Les fonctionnalités d'assistance à la conduite en embouteillage, sur autoroute et pour le stationnement continuent de s'étendre à de nombreux modèles de la gamme BMW. Les services à la mobilité, tels que ParkNow et ChargeNow, connaissent en France un essor constant, venant confirmer notre engagement dans la mobilité individuelle durable » poursuit-il.



Résultats par gamme et par marques.

BMW Group : modèles électrifiés.

Forte progression des véhicules électrifiés, avec sa marque électrique BMW i et ses modèles hybrides rechargeables BMW iPerformance. Avec 4 534 voitures immatriculées, cela représente déjà 6,5 % des ventes de BMW, à comparer avec une pénétration sur le marché toutes marques, de 1,73%.

La BMW i3, citadine Premium 100% électrique a fortement progressé tant sur le segment des particuliers que sur celui des entreprises avec une croissance de 45% à 1 954 immatriculations.

Pour la deuxième année consécutive, BMW iPerformance offre la plus large gamme de voitures hybrides rechargeables et figure parmi les leaders du segment: le monospace BMW 225xe Active Tourer, les berlines BMW 330e et 530e, le BMW X5 xDrive 40e, la limousine BMW 740e et s'ajoutent à la GT futuriste BMW i8 lancée dès juin 2014. Comptant 1 972 immatriculations en 2017, ces modèles hybrides rechargeables, offrant de 30 à 50 km d'autonomie en mode électrique, rencontrent un engouement croissant en France. Ils représentent plus de 5% du mix des ventes de la marque BMW, en comparaison avec un mix sur le marché de 0,5%. Le MINI Countryman SE lancé en juin de cette année confirme cette tendance avec déjà 608 immatriculations.

BMW

La marque BMW, avec 61 309 unités vendues en 2016 (2016 : 60 521), a vu ses ventes progresser de 1,3 %.

BMW est leader pour la troisième année consécutive des Ventes à Entreprises (sociétés, administrations et loueurs longue durée) avec 19 772 immatriculations.

BMW xDrive, leader sur le segment des transmissions intégrales. La technologie 4 roues motrices BMW est à nouveau la plus vendue en 2017, tous segments confondus, avec près de 21 600 immatriculations.

Le podium des ventes : croissance des gammes compactes Premium et notamment du nouveau BMW X1 qui a connu un franc succès avec 12 090 unités vendues soit une progression de 22,2 % (2016: 9 893 unités), de la BMW Série 1 (10 898 unités), et de la gamme des BMW Série 2 (10 102 unités d'Active Tourer et Gran Tourer).



Excellentes performances de la marque super sportive BMW M, qui enregistre une nouvelle progression avec 800 immatriculations grâce aux modèles BMW M2 à M6 et les X5M et X6M. BMW M conserve d'ailleurs le leadership sur les enseignes concurrentes des marques Premium.

MINI

La marque MINI affiche un record pour la troisième année consécutive avec un volume total de 26 431 immatriculations (2016: 25 177) en progression de 5%.

La MINI Hatch, disponible en 3 et 5 portes, est la citadine Premium la plus vendue en France (14 934 unités).

2017 fut également une très bonne année pour le nouveau MINI Countryman avec 5 222 unités vendues soit + 50% de progression qui confirme la pertinence de la stratégie du groupe de développer la marque MINI dans le segment des compactes, dans la catégorie SUV.

Enfin, la gamme sportive MINI John Cooper Works a également enregistré un record historique de commandes avec plus de 1 000 unités en 2017, confirmant l'engouement des clients pour les plus sportives des MINI. Désormais, la motorisation John Cooper Works est déclinée sur l'intégralité de la gamme MINI (hors MINI Hatch 5 portes).

Aperçu des immatriculations de BMW Group en France en 2017

	Volume 2016	Volume 2015	Variation 2017/2016 (%)	Part de marché 2017 (%)
Total Marché	2 110 748	2 015 193	+ 4,7	100
Total BMW Group (segment automobile BMW et MINI)	87 748	85 697	+ 2,4	4,15
BMW dont BMW i dont BMW iPerformance	61 309 1954 1972	60 521 1 347 1 556	+ 1,3 + 45% + 26 %	2,9
MINI	26 431	25 176	+ 5	1,25

BMW Group en France

Maryse Bataillard

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 2017, BMW Group France a immatriculé 87 748 automobiles des marques BMW et MIN. En 2016 BMW Motorrad a immatriculé 13 603 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 culturelles de renom telles que les Rencontres de la Photographie, Arles et Paris Photo. 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), et la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

www.bmw.fr

Facebook: [facebook.com/BMWFrance](https://www.facebook.com/BMWFrance)

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: [instagram.com/BMWFrance/](https://www.instagram.com/BMWFrance/)

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

LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home

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 2016, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2,367 million d'automobiles et plus de 145 000 motos. En 2016, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,67 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 94,16 milliards d'euros. Au 31 décembre 2016, les effectifs de BMW Group étaient de 124 729 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>