



BMW Group confirme sa position de leader du segment Premium en France en 2018 et accroît son avance sur le marché de l'électrique.

Nouveaux records de vente pour ses modèles électrifiés BMW et MINI : BMW Group leader des ventes du segment premium des véhicules électrifiés, en forte croissance : 5 726 immatriculations (+ 26,3 %) dont 2415 BMW i3 électriques, à + 23,6%.

84 931 ventes automobiles pour BMW Group France avec ses marques BMW et MINI.

57 537 immatriculations pour la marque BMW avec une progression de part de segment premium de + 0,5 %, à 25,5 %.

BMW xDrive, numéro un des ventes automobiles à 4 roues motrices, toutes marques confondues.

Nouveau record de vente de MINI à 27 378 unités, soit une croissance de 3,6 %.

Paris - En 2018, **BMW Group a établi un record de vente dans le monde**, avec 2,49 millions voitures vendues et **confirme sa place de leader mondial de l'automobile premium pour la 15^e année consécutive**.

En France également, BMW Group se positionne à la première place du marché automobile Premium en 2018 avec 84 931 voitures immatriculées des marques BMW et MINI (-3,2 % sur un segment premium à - 8% ; 2017 : 87 748).

« Dans un marché volatil, notre priorité absolue reste la croissance profitable et la satisfaction client », souligne Vincent Salimon, Président du Directoire de BMW Group France. « L'année 2018 a vu le déploiement des très ambitieux **plans produit et innovation** du BMW Group. Nous avons lancé **13 nouveaux modèles** parmi lesquels les nouveaux BMW X2, X4 et X5. Le succès de cette gamme à forte valeur ajoutée perdure et représente aujourd'hui près de **45 % de nos ventes**. De plus, BMW Group se positionne plus que jamais comme le **leader sur l'électromobilité Premium** avec ses modèles électriques et hybrides rechargeables qui progressent cette année encore de plus de 26 %. »

« **Nous continuons à jouer un rôle pionnier dans l'introduction de nouvelles technologies entièrement dédiées à une mobilité individuelle durable et responsable** telles que la **recharge par induction** et les fonctionnalités d'**assistance à la conduite** comme l'**assistant de marche arrière**, l'**assistant personnel intelligent** ou la **nouvelle instrumentation numérique**, BMW Operating System 7.0, personnalisable », explique-t-il.

Résultats par gamme et par marques.

BMW Group France : forte progression des modèles électrifiés.

Avec une part de marché de 24 %, BMW Group se positionne pour la troisième année consécutive comme l'un des leaders du segment des véhicules hybrides rechargeables.

Avec sa marque électrique **BMW i** et les modèles hybrides rechargeables des marques **BMW** et **MINI**, **le Groupe enregistre une forte progression de ses ventes de véhicules électrifiés (+26,3 % ; 5 726 immatriculations)**, qui représentent déjà **7,6 % de ses ventes en France**.

BMW offre la gamme la plus large de modèles électrifiés avec 11 modèles : les BMW i3 et i3s 120 Ah, le monospace BMW 225xe Active Tourer, les berlines BMW 330e et 530e, le BMW X5 xDrive 45e, les limousines BMW 740e et 740Le et les GT futuristes BMW i8 Coupé et Roadster. Comptant 1 979 immatriculations en 2018, les modèles hybrides rechargeables de la marque BMW, offrant de 30 à 80 km d'autonomie en mode électrique, rencontrent un engouement croissant en France. Le **MINI Countryman SE** confirme cette tendance avec 1332 immatriculations (608 immatriculations en 2017 après son lancement en juin) et est désormais le **deuxième modèle hybride rechargeable le plus vendu du marché**.

La **BMW i3** citadine Premium 100 % électrique continue sa forte croissance avec une progression de **+23,6 %** à 2 415 immatriculations, dont 87 % de ventes à particuliers et entreprises. Elle confirme ainsi sa **première position sur le segment premium électrique** et sa troisième position du podium des ventes de voitures électriques.

BMW : part de segment premium en progression

La marque **BMW**, avec **57 537 unités** vendues en 2018 (- 6,2 %; 2017 : 61 309), a vu sa part de segment premium progresser de + 0,5 % à 25,5 %.

Au 1^{er} septembre 2018, la quasi-totalité de la gamme BMW satisfaisait aux nouvelles normes européennes WLTP, dont deux-tiers de la gamme respectant également la norme d'émissions Euro 6d TEMP. Cependant, dans la perspective de l'entrée en vigueur de ces normes antipollution, beaucoup de véhicules d'autres marques sans certification WLTP ont été immatriculés avant le 1^{er} septembre, déstabilisant ainsi le marché et impactant indirectement la performance relative BMW.

BMW xDrive, leader sur le segment des transmissions intégrales. La technologie 4 roues motrices BMW est à nouveau la plus vendue en 2018, tous segments confondus, avec 19 003 immatriculations.

Le podium des modèles : les gammes compactes Premium continuent de séduire largement les clients avec 29 539 ventes des BMW Série 1, Série 2 et X1. Lancements phares de l'année, les nouveaux BMW X2 et BMW X3 ont connu un franc succès avec 10 287 unités vendues et une croissance de +42,4 % des ventes pour le BMW X3.

Excellentes performances de la marque super sportive BMW M, qui conserve le leadership sur sur le segment Premium avec 794 immatriculations grâce aux modèles BMW M2 à M6 et les X5M et X6M.



MINI : record historique de ventes pour la 4^e année consécutive

La marque **MINI** affiche un **record historique** de ventes pour la quatrième année consécutive, avec un volume total de **27 378 immatriculations** (2017 : 26 431), en progression de 3,6%.

La **MINI Hatch**, disponible en 3 et 5 portes, est la citadine Premium la plus vendue en France (16 951 unités) et en forte progression sur le segment des particuliers.

2018 fut également une très bonne année pour le **MINI Countryman** avec 7 025 unités vendues, soit + 31 % de progression, qui confirme la pertinence de la stratégie du Groupe de développer la marque MINI, dans la catégorie SUV du segment des compactes.

Le triptyque compact, urbain et électrique fait totalement sens pour MINI dont le modèle hybride rechargeable **MINI Countryman SE** enregistre 1332 immatriculations pour sa première année pleine de commercialisation.

Résultats Après-vente

L'après-vente est un maillon essentiel dans la stratégie du BMW Group qui place le client au cœur de sa démarche. En France, **le Groupe a investi 12 millions d'euros dans l'extension du centre international de distribution de pièces de rechange de Strasbourg**, inaugurée en juin 2018. En complément du centre PRA de Tigery situé en région parisienne, le centre de Strasbourg livre près de 4 millions de lignes de commande chaque année auprès de 360 clients, concessionnaires et filiales de BMW Group, lequel prévoit plus de 40 % d'augmentation d'ici 2023.

Le chiffre d'affaires de l'activité pièces de rechange et accessoires a crû de +6,2 % cette année avec une progression de +7,4 % en pièces et +8,1 % en pneumatiques. Le recrutement de 90 techniciens a été opéré pour garantir un service après-vente Premium, passant ainsi de 1060 à 1150 en l'espace d'un an.

Les investissements court terme du BMW Group en France s'étendent aussi au-delà de Strasbourg. En effet, afin d'accompagner la croissance de ses marques mais aussi l'émergence de la conduite autonome, électrique et connectée, c'est au **total plus de 125 millions d'Euros qui seront investis entre 2018 et 2019 en France.**

Dans le sud de la France, **l'autodrome de Miramas** est un centre de tests majeur, maillon essentiel du dispositif de Recherche et Développement international du BMW Group. Déjà 80% des essais monde des nouveaux modèles sont réalisés par les experts sur ce site de 480 hectares. Un **circuit de test de conduite autonome** a été construit en 2018, pour investissement de 13 millions d'Euros. Les conditions météorologiques clémentes sont un atout indéniable et permettent une activité annuelle sans restriction dues aux intempéries.

Près de Paris, à Saint Quentin en Yvelines, **BMW Group construit son nouveau siège social**, un campus nouvelle génération de 15 000 m² où seront réunis fin 2019 les 1 000 collaborateurs des filiales du BMW Group présentes sur le territoire : BMW France, filiale de distribution des marques du groupe, la captive financière BMW Finance, le spécialiste des locations longue durée Alphabet.

Le réseau exclusif de nos marques BMW et MINI a investi plus de 230 millions d'Euros sur les 5 dernières années et emploie environ 6 000 personnes en France.

Aperçu des immatriculations de BMW Group en France en 2018

	Volume 2018	Volume 2017	Variation 2018/2017 (%)	Part de marché 2018 (%)
Total Marché	2 173 481	2 110 748	+ 3,0	100,00
Total BMW Group Segment automobile BMW et MINI	84 931	87 748	- 3,2	3,9
BMW dont BMW i dont BMW PHEV	57 537 2415 1979	61 309 1954 1972	- 6,2 + 23,6 + 0,4	2,7
MINI dont PHEV	27 378 1 332	26 431 608	+ 3,6 + 119	1,3

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 2018, BMW Group France a immatriculé 84 931 automobiles des marques BMW et MINI et 15 077 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

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 acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. 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, Rolls-Royce et BMW Motorrad, 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 2017, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 463 526 automobiles et plus de 164 153 motos. En 2017, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 10,65 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 98,67 milliards d'euros. Au 31 décembre 2017, les effectifs de BMW Group étaient de 129 932 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>