

**Nouveaux records de vente des modèles électrifiés du BMW Group en 2019.
BMW Group France confirme sa position de leader du segment automobile Premium.**

- **BMW Group, leader des ventes de véhicules hybrides rechargeables en France** avec 21,3 % de part de marché et 3926 immatriculations de ses modèles PHEV BMW et MINI (+ 18,2%).
- **La BMW i3 confirme sa success story**, en croissance 22,4% à 2956 unités livrées.
- **BMW Group France avec 85 909 ventes automobiles** de ses marques BMW et MINI conclut l'année en croissance de 1,16%.
- **La marque BMW en croissance de 2,1%** avec 58 751 immatriculations.
- **MINI** consolide sa bonne performance de l'année précédente et enregistre 27 158 immatriculations (-0,8%) après 4 années de records successifs.
- **BMW Motorrad** signe un record historique avec 17 791 immatriculations (+13,7%) sur le marché du deux-roues français.

Paris - BMW Group a réalisé un neuvième record de ventes consécutif dans le monde en 2019. Avec 2,52 millions de véhicules BMW, MINI et Rolls Royce, BMW Group reste le leader mondial de l'automobile Premium pour la 16ème année.

En France, BMW Group se place à la première place du marché automobile Premium en 2019, à un niveau d'immatriculation historiquement haut, avec 85 909 unités vendues des marques BMW et MINI (+ 1,16 %) tandis que BMW Motorrad signe un nouveau record avec 17 791 unités vendues (+13,7%) totalisant ainsi 103 700 immatriculations sur le marché français.

BMW Group se positionne plus que jamais comme leader de l'électromobilité Premium avec sa gamme unique de 12 modèles* automobile et scooter électriques et hybrides rechargeables et continue à jouer un rôle pionnier dans l'introduction de nouvelles technologies.

Dans cette période de transition, les modèles à motorisation diesel représentent encore 61 % (-0,5%) du mix des ventes BMW répondant au besoin des clients réalisant plusieurs dizaines de milliers de kilomètres par an pour des raisons professionnelles.

Par ailleurs, le succès des modèles à transmission intégrale, segment sur lequel BMW est également en tête des ventes, montre l'efficacité et la performance technologique de cette gamme.

« Ce succès confirme notre vision et notre priorité absolue qui est d'accompagner nos clients pour qu'ils puissent faire des choix éclairés. La stratégie Power of Choice permet de proposer à chacun la motorisation thermique ou électrifiée qui lui convient en fonction de ses besoins pour une conduite urbaine, péri-urbaine ou des grandes distances. BMW Group est le constructeur avec la stratégie la plus avancée en matière de flexibilisation de la production. La juste réponse au besoin du client permet une croissance profitable, et donc de continuer à investir massivement dans la mobilité future, électrique, connectée et autonome» souligne **Vincent Salimon, Président du Directoire de BMW Group France**.

Résultats par gamme et par marques.**BMW Group France:**

Forte progression des ventes de modèles électriques et hybrides rechargeables qui positionne BMW Group, pour la quatrième année consécutive, comme l'un des leaders du segment des véhicules électrifiés en France.

La **BMW i3**, citadine Premium 100 % électrique, enregistre cette année encore une croissance de 22,4% à 2 956 unités vendues. Lancé en 2013, ce modèle révolutionnaire, représente 5,03 % des ventes BMW en France, dans un marché où les immatriculations des voitures 100 % électriques représentent 1,94 %. La BMW i3 confirme sa success story en restant en première position du segment des citadines Premium électriques.

Les **modèles hybrides rechargeables** des marques BMW et MINI rencontrent également un fort succès en progression de +18,2 % à 3926 immatriculations. Pour **BMW**, les 8 modèles* de la gamme PHEV représentent déjà 3,4 % de ses ventes en France avec 1 995 unités livrées.

Le succès du **MINI** Cooper SE Countryman ne se dément pas, en croissance remarquable de près de 45 %, avec 1 931 unités livrées, restant ainsi le deuxième modèle hybride rechargeable le plus vendu du marché français.

Par ailleurs, le segment des **voitures d'occasion** a enregistré une **forte croissance** à + 10,3%. Les ventes de véhicules d'occasion de moins de 5 ans de la marque BMW ont crû de 19,8 % à 81 405 immatriculations et celles de MINI de 17,8 % à 28719 unités. Les ventes aux particuliers des véhicules d'occasion, toujours de moins de 5 ans, réalisées directement par le réseau ont également enregistré une progression significative de 19,2 % pour BMW et 15,8 % pour MINI.

La marque BMW conforte sa croissance.

La marque BMW, avec 58 751 unités vendues en 2019 (2018 : 57 537) est en croissance de 2,1% et enregistre des records de ventes sur plusieurs segments.

Le podium des modèles

La gamme compacte Premium continue de séduire largement les clients français avec 25 394 ventes des BMW Série 1, Série 2 et X1, soit 43,22 % des ventes.

La gamme des BMW X a connu un franc succès avec 31 284 unités vendues (soit 53,25 % des ventes) porté par la performance des ventes de ses modèles phares : la BMW X2, SUV coupé compact (+16,9%), l'élégante BMW X3 (+19,5%) et l'emblématique BMW X5 (+ 130 %) déjà disponible en motorisation hybride rechargeable et thermique.

BMW xDrive, leader du marché des transmissions intégrales. La technologie 4 roues motrices BMW est à nouveau la plus vendue en 2019 avec 22 067 immatriculations (2018 : 19 003), en croissance de +16,12%.

BMW est à nouveau leader Premium des ventes aux entreprises (sociétés, administrations et loueurs longue durée) avec 19 687 unités livrées, en croissance de +15,8%. Ce succès auprès des entreprises est porté par les performances de la BMW X1 et le lancement de la nouvelle BMW Série 1, notamment auprès des clients Grands Comptes. Le canal LLD a été particulièrement porteur avec une croissance de + 23,9%.

Excellente performance des gammes sportives BMW M et M Performance. Les clients BMW plébiscitent toujours le plaisir de conduire des modèles BMW M et M Performance qui ont enregistré une croissance de +58 % avec 2 780 immatriculations.

MINI : succès historique pour l'iconique MINI Hatch et la MINI Cooper hybride rechargeable.

Après 4 années de records de vente, 2019 est une année de consolidation pour la marque MINI sur le marché français avec un volume total de 27 158 immatriculations (2018 : 27 378 unités, - 0,8 %), dont 83 % livrées aux clients particuliers et entreprises.

L'iconique **MINI Hatch** continue à être la citadine Premium la plus vendue aux particuliers en France et totalise 14 549 immatriculations de ses versions 3 portes et 5 portes.

Grâce à la **compétitivité des offres** de leasing et des coûts de détention de ses éditions spéciales, MINI répond parfaitement aux nouvelles tendances de consommation passant de la propriété à l'usage puisque que plus de 70% des MINI livrées en 2019 sont louées par ses clients.

2019 est aussi une excellente année pour le **MINI Cooper SE Countryman ALL 4** avec 1931 unités vendues qui représentent déjà 7,03 % du mix des ventes de la marque MINI en France. Ce modèle, qui est le deuxième modèle hybride le plus vendu en France, rencontre un réel succès auprès des entreprises et représente 55% des ventes MINI sur ce segment. Le succès de ce modèle hybride rechargeable compact confirme la pertinence de la stratégie d'électrification des marques du BMW Group. L'année 2020 verra l'arrivée du premier modèle MINI 100% électrique, la **MINI Cooper SE**, qui enregistre déjà des records de commande et montre combien le triptyque électrique, compact et urbain est judicieux.

BMW Motorrad : record historique sur le marché français du deux-roues.

BMW Motorrad France réalise un record de ventes avec 17 791 immatriculations; (2018 : 15 645, +13,7 %) dont 15 397 motos et 2 394 scooters. La France reste ainsi le deuxième marché mondial de BMW Motorrad, et le premier marché mondial pour les ventes du scooter électrique C evolution.

BMW Motorrad consolide sa place de **leader du segment +750 cc**, avec 23,6 % de part de segment et se place en **deuxième position du segment +500 cc**, avec 16 % de part de segment. Ce succès s'appuie sur l'excellence du réseau BMW Motorrad, composé de 75 points de vente.

Cette **excellente performance** se retrouve également **sur le segment des trails** avec 8 060 ventes (+28 %) de modèles GS dont 6 080 unités des deux modèles phares de la gamme BMW Motorrad, la R 1250 GS et la GS Adventure. Ces résultats illustrent la forte notoriété et les qualités remarquables des modèles GS, dans un contexte de fort engouement des clients pour les trails, à l'instar de la demande soutenue des SUV sur le marché automobile.

Le record de ventes s'applique aussi au **segment des scooters** avec 2 394 immatriculations portées notamment par le succès des nouveaux BMW C 400 GT et C 400 X (831 immatriculations au total) et le scooter électrique C evolution (687 immatriculations).

BMW Motorrad se positionne aujourd'hui comme un partenaire privilégié pour ses clients à la recherche d'expériences fortes. Par ailleurs, la marque s'engage auprès des jeunes conducteurs en proposant une gamme de 16 modèles de motos et scooters en version A2 (bridage à 35 kW pour les jeunes permis de moins de 2 ans), et des stages de prévention routière et de perfectionnement post-permis en partenariat avec les centres Centaure et la Fondation BMW.

Après-vente : maillon essentiel du service client en croissance de 5 %.

L'après-vente est un maillon essentiel dans la stratégie du BMW Group qui place le client au cœur de sa démarche. BMW Group dispose de deux centres de pièces de rechange et accessoires pour couvrir le territoire français mais également la Suisse et l'est de l'Allemagne. En complément du centre PRA de Tigery en région parisienne, le centre de Strasbourg livre près de **6 millions de lignes de commande chaque année auprès de 360 clients**, concessionnaires et filiales du BMW Group, D'ici 2023 les commandes devraient augmenter de plus de 40 %.

Le chiffre d'affaires de l'activité pièces de rechange et accessoires a crû de 4,9 % avec une progression de 5,9 % des pièces et 4,7 % des pneumatiques. 65 nouveaux techniciens ont été recrutés pour garantir un service après-vente Premium, totalisant un effectif de 1 200 collaborateurs.

Les investissements du BMW Group en France accompagnent la croissance des marques et l'émergence de la conduite autonome, électrique et connectée. Ce sont plus de **125 millions d'euros** qui ont été investis ces deux dernières années en France.

Près de Paris, à Saint-Quentin-en-Yvelines, **BMW Group ouvre son nouveau siège social**, un campus nouvelle génération de 15 000 m² où seront réunis, en février 2020, 870 collaborateurs des filiales du BMW Group présentes sur le territoire : BMW France, filiale de distribution des marques du groupe, la captive financière BMW Financial Services et le spécialiste des locations longue durée Alphabet (1 100 collaborateurs en France entière).

Dans le sud de la France, **l'autodrome de Miramas**, maillon essentiel du dispositif de R&D du groupe où 80 % des essais monde des nouveaux modèles sont réalisés, s'est doté d'un nouveau circuit de test pour la conduite autonome.

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

Aperçu des immatriculations de BMW Group en France en 2019

	Volume 2019	Volume 2018	Variation (%)	Part de marché 2019 (%)
Total Marché	2 214 279	2 173 481	+ 1,9	100
Total BMW Group BMW et MINI	85 909	84 931	+ 1,16	3,88
BMW dont BEV dont PHEV	58 751 2 956 1 995	57 537 2 415 1 979	+ 2,1 + 22,4 + 0,8	2,65
MINI dont PHEV	27 158 1 931	27 378 1 332	- 0,8 + 44,9	1,23
BMW Motorrad	17 791	15 645	+ 13,7	

* Modèles électrifiés :

BEV: BMW i3 et i3s,

PHEV: BMW 225xe Active Tourer, BMW 330e, BMW 530e, BMW 745e, BMW 745Le, BMW X5 xDrive45e, BMW i8 Coupé, BMW i8 Roadster, MINI Cooper SE Countryman, BMW Motorrad C evolution.

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 près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group a créé la marque électrique BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8 dès 2013 et offre la plus large gamme de voitures hybrides rechargeables.

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 dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: 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 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2018, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 490 000 automobiles et plus de 165 000 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.