

BMW Group France conforte son leadership sur le marché Premium en 2025 et atteint une part de marché record de 5,3%

- **BMW Group France** enregistre 87 206 immatriculations (+0,6%) pour les marques BMW et MINI, avec une part de marché record de 5,3%.
- **Le succès des modèles électrifiés se confirme : ils représentent plus de 47% des ventes totales de BMW et MINI** avec 41 296 unités. Les ventes véhicules électriques sont en croissance de près de 23% à 28 361 unités (32,5% du mix), et les hybrides rechargeables atteignent 12 935 unités (14,8% du mix).
- **La marque BMW conserve sa place de leader sur le marché premium** avec 60 903 immatriculations en 2025 et des ventes stables sur le segment des électriques à 16 798 unités (27,6% du mix de ventes)
- **MINI continue de séduire avec 26 302 immatriculations en 2025, en croissance de près de 35% par rapport à l'année dernière. 44% des ventes concernent des modèles électriques.**
- Dans un marché en berne, **BMW Motorrad** fait preuve de résilience et reste à la première place du marché sur le segment des motos de plus de 750cc et des deux roues électriques.

Paris. BMW Group France, avec ses marques automobiles BMW et MINI, termine l'année 2025 en très légère progression avec 87 206 immatriculations (86 714 unités en 2024) sur un marché à -5%, affichant une part de marché record de 5,3%. Dans un environnement économique perturbé par le contexte géopolitique, énergétique et fiscal, ce résultat repose en grande partie sur les modèles électrifiés. Ceux-ci représentent 47,3% des ventes en France, sur un marché dont le mix électrifié est de 26,5%. Les ventes de véhicules électriques sont en croissance de près de 23% à 28 361 unités (32,5% du mix), et les hybrides rechargeables atteignent 12 935 unités (14,8% du mix).

La marque BMW reste leader sur le segment premium

Avec un volume de ventes de 60 904 unités en 2025 (-9,3% par rapport à 2024) la marque BMW s'affirme pour **la deuxième année consécutive comme leader sur le segment Premium** et affiche **sa troisième meilleure performance historique** en France sur un marché particulièrement morose. Sa part de marché s'établit à 3,73%.

Ces résultats sont portés par des ventes à particuliers et entreprises très solides avec un équilibre parfait puisque ces segments représentent chacun 38% des ventes totales.

Les ventes des modèles électrifiés s'établissent à 29 732 unités vendues en 2025, soit **près d'une voiture sur deux** (48,9% des ventes).

Sur le segment des véhicules 100% électriques, BMW se maintient dans le top 10, devenant **le sixième acteur du marché avec 5,1% de part du marché électrique** en France.

Ses ventes de modèles électriques atteignent 16 798 immatriculations soit 27,6% de ses ventes – en croissance de 2,5% par rapport à 2024 (sur un marché où ils représentent 19,8% du volume).

Les hybrides rechargeables (PHEV) affichent 12 934 unités, soit 21,2% des ventes (sur un marché où les PHEV représentent 6,6% du volume).

BMW tire également son épingle du jeu sur le segment des entreprises et loueurs longue durée. La marque garde le leadership Premium sur ce canal stratégique (23 138 unités soit 38% de ses volumes). Elle se positionne en quatrième position du marché sur le segment des flottes d'entreprise, en dépit du contexte économique et réglementaire incertain.

L'année écoulée a été marquée notamment par le succès de la **BMW X1**, avec 20 388 unités immatriculées, dans ses motorisations électriques, hybrides rechargeables et thermiques. Il s'agit du modèle le plus vendu pour BMW dans l'Hexagone. **Sa version électrique est en sixième position des modèles électriques les plus vendus en France et sur le podium des SUV électriques** avec 8.897 immatriculations.

La BMW Série 1 (12 989 unités) et la BMW X2 (7 655 unités) complètent le podium des modèles plébiscités par les clients de la marque cette année.

La marque BMW s'affirme incontestablement comme le numéro un du segment Premium tout en réalisant une performance 2025 saine avec 76% de ses ventes réalisées à particuliers et entreprises.

Retour en force pour la marque MINI

Une stratégie gagnante pour MINI : après une année 2024 marquée par le renouvellement complet de sa gamme et la transition réussie vers un nouveau modèle de distribution, la marque iconique démontre sa capacité d'innovation et d'adaptation, faisant de 2025 une année de confirmation.

Sur un marché en recul de 5%, **MINI** a enregistré **une croissance de près de 35% et atteint une part de marché de 1,6 %** (1,1% en 2024) avec 26 302 immatriculations. Fers de lance de cette transformation, **les modèles électriques** ont conquis les cœurs, représentant **44% des ventes** de la marque en 2025 (11 563 unités), avec une croissance de 85%.

Ces résultats sont portés par la dynamique des ventes à particuliers et également des ventes à entreprise en forte progression de près de 68% atteignant le **mix record de 27%** des ventes, soit **près d'une MINI sur 3** vendue (7156 immatriculations).

La MINI Cooper est le modèle de la marque le plus vendu en France (12 846 immatriculations des modèles 3 et 5 portes) suivi par le **MINI Countryman** (7542 immatriculations) choisi à 53% en motorisation électrique.

MINI s'impose comme **la référence en matière d'électromobilité premium**, prête à relever les prochains défis avec audace et créativité. Une transformation réussie qui fait de la marque un acteur incontournable de la mobilité de demain.

BMW Motorrad France en tête des ventes pour les motos de plus de 750 cc et les deux roues électriques

Résiliente, la marque BMW Motorrad enregistre 18 893 immatriculations (-8,37%) sur un marché en recul de 14,45% Elle se positionne en **troisième position** en France avec une part de marché en progression de 0,7 point à 10,90%.

L'année 2025 a été marquée par une **stratégie produit ambitieuse** avec notamment le renouvellement de la gamme R 1300 et un éventail de produits large allant des scooters urbains électriques aux trails sportifs en passant par les roadsters polyvalents, permettant de répondre aux différents usages.

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires 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 8.000 salariés en France. En 2025, BMW Group France a immatriculé 87 206 automobiles des marques BMW et MINI et 18 893 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 plus de 4 milliards d'Euros. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables.

BMW Group France, un partenaire engagé dans la création artistique et soutient activement la création et l'innovation dans les arts visuels à travers son programme BMW ART MAKERS et ses partenariats avec Les Rencontres Internationales de la Photographie d'Arles, Paris Photo et Art Basel Paris. L'entreprise est également un partenaire officiel de festivals cinématographiques renommés tels que le Festival de Cannes et le Festival du film romantique de Cabourg, témoignant de son engagement étroit avec le 7e art.

L'engagement de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers le Golf et la Golf Cup.

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.

[Site de BMW](#) - [Site de MINI](#) - [Site de BMW Motorrad](#)

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. BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays. En 2023, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,55 millions d'automobiles et plus de 209 000 motos. Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2023 s'élève à 17,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 155,5 milliards d'euros. Au 31 décembre 2023, le BMW Group employait 154 950 personnes.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable.

L'entreprise a fixé très tôt le cap pour l'avenir et place systématiquement la durabilité et la gestion efficiente des ressources au cœur de son approche stratégique, depuis la chaîne d'approvisionnement jusqu'à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits, en passant par la production.