

Communiqué de presse 3352

7 janvier 2025

BMW Group France conforte son leadership sur le marché Premium en 2024 avec un record de ventes historiques pour BMW et un lancement réussi de la nouvelle gamme MINI.

- **BMW Group France** enregistre 86 714 immatriculations pour les marques BMW et MINI, avec une part de marché à 5 %.
- **Le succès des modèles électrifiés se confirme : ils représentent près de 47 % des ventes totales de BMW et MINI** avec 23 178 véhicules électriques (26,7 %) et 17 505 hybrides rechargeables (20,2 %).
- **Une année historique pour la marque BMW qui marque un record de ventes** avec 67 148 immatriculations en 2024 (+12,7%) et une croissance de + 95 % de ses ventes de modèles électriques à 16 922 unités (25,2% du mix de ventes)
- **Lancement du modèle d'agent et renouvellement complet de la gamme MINI en 2024** avec la sortie des modèles 100% électriques : **MINI Cooper Electric, MINI Aceman et MINI Countryman Electric**
- Avec 20 620 immatriculations, **BMW Motorrad** conforte sa **deuxième position** sur le marché de + 500 cm³ et sa troisième position sur le marché de + 125 cm³. La nouvelle R 1300 GS est la moto de plus de 125 cm³ la plus vendue en France en 2024.

Paris. BMW Group France, avec ses marques BMW et MINI, termine l'année 2024 avec 86 714 immatriculations et une part de marché de 5%. Dans un environnement économique perturbé par le contexte géopolitique, énergétique et réglementaire, ce résultat repose en grande partie sur les modèles électrifiés. Ceux-ci représentent désormais 46,9% des ventes en France, sur un marché dont le mix électrifié est de 25,4%. Des résultats également portés par les ventes à particuliers et entreprise très solides (84 % du total pour BMW et 78 % pour MINI).

Une année historique pour la marque BMW

Avec un volume de ventes de 67 148 unités en 2024 (+12,7% par rapport à 2023 sur un marché à -3,2%), **BMW signe un record de vente historique**. La marque phare du groupe s'affirme comme leader sur le segment Premium. Sa **part de marché s'établit à 3,9%** du marché total (1 718 348), soit 0,5 points de plus que l'année dernière et un niveau jamais atteint par une marque Premium en France.

Preuve de la force de son offensive électrique, la part des ventes de modèles électriques de BMW atteint désormais 25,2% (sur un marché où ils représentent 16,9% au global) et pour la première fois, la part des motorisations électrifiées (BEV + PHEV) dépasse 50%.

Sur le créneau des véhicules électriques, BMW a réussi à gagner cinq places, devenant le cinquième acteur du marché BEV avec 5,8% de part du marché électrique en France et un quasi-doublement de ses ventes de modèles électriques qui atteignent 16 922 (25,2% du mix des ventes).

Les hybrides rechargeables affichent, quant à elles, 17 279 unités, soit 26% des ventes (marché PHEV 8,5%) et une hausse de +1,7%.

Les ventes des modèles électrifiés s'établissent à un nouveau record de 34 201 unités vendues en 2024 (51 % du mix total).

BMW tire également son épingle du jeu **sur le segment des entreprises** et loueurs longue durée, représentant près d'une vente sur deux (48% de ses volumes). La marque garde le leadership Premium sur ce canal stratégique, et se positionne en quatrième position du marché, en dépit du contexte économique et réglementaire incertain.

L'année écoulée a été marquée notamment par le succès de la BMW X1, avec 25 215 unités immatriculées, dans ses motorisations électrique, hybride rechargeable et thermiques. Il s'agit du modèle le plus vendu pour BMW dans l'Hexagone. Sa version électrique entre dans le top 10 des modèles électriques les plus vendus en France avec 8.940 immatriculations. C'est aussi le troisième modèle le plus vendu auprès des loueurs longue durée en France, toutes marques et tous segments confondus.

La BMW Série 1 (10 205 unités) et le BMW X2 (7166 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 2024 particulièrement saine, avec 84% de ses ventes réalisées à particuliers et entreprises.

2024 : l'année du renouveau pour MINI

L'année 2024 a marqué un tournant décisif pour la marque MINI, avec le **renouvellement complet de sa gamme** de modèles en un an. Ce véritable tour de force a permis de **transformer un modèle iconique en une marque à succès**, toujours à la pointe de la mobilité urbaine.

Ce renouvellement en profondeur s'est également accompagné d'un changement de **modèle de distribution, passant avec succès au modèle d'agent**. MINI prouve ainsi sa capacité d'innovation et d'adaptation, faisant de 2024 une année charnière pour le renouvellement de cette icône automobile.

Dans cette année de transition, la marque MINI a enregistré 19 566 immatriculations. Fers de lance de cette transformation, **les modèles électriques** ont conquis les cœurs, représentant 32% des ventes de la marque en 2024, soit une **progression de 5%** en un an.

Mais MINI ne s'arrête pas là. Avec l'arrivée du MINI Countryman Electric et du tout nouveau MINI Aceman, la marque accélère sa transition vers une mobilité durable et branchée, comme en témoigne la tendance à la hausse des ventes en fin d'année.

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

BMW Motorrad France reste le deuxième marché mondial pour le segment deux roues de BMW Group.

Avec 20 620 immatriculations en 2024 (-4,6%), BMW Motorrad est le deuxième constructeur sur le marché des + 500 cm³ et le troisième sur le marché des + 125cm³. L'iconique R 1300 GS a été la moto la plus vendue en France en 2024 (4624 unités); lancée en novembre la déclinaison "Adventure" a été la moto la plus vendue sur le mois de décembre isolé.

Avec 1555 unités vendues pour le scooter électrique BMW CE 04 et 704 unités pour le « eParkourer » électrique CE 02 lancé au mois de mai dernier, BMW Motorrad réalise environ 30% de part de marché des deux roues motorisés électriques en France, dont environ 50% réalisées en Ile-de-France.

BMW Motorrad reste par ailleurs très dynamique sur le segment des modèles sport et hypersport avec le renouvellement complet des modèles S 1000 R, RR et XR ainsi que de la gamme M qui compte dorénavant trois modèles ; ce segment a représenté plus de 2 100 immatriculations en 2024.

« Fort de son statut de marque premium à l'actionnariat familial, BMW Group a su adopter une vision à long terme pour anticiper les défis de la mobilité de demain. Cette stratégie ambitieuse nous a permis de clôturer l'année 2024 en France avec un bilan largement positif, en renforçant notre position de leader premium avec une part de marché à 5%, grâce au succès de l'offensive électrique de BMW, à la transformation réussie de MINI et à la dynamique de BMW Motorrad", déclare **Vincent Salimon, Président du directoire BMW Group France.**

"C'est en faisant coïncider nos engagements pour réduire les émissions de CO₂ avec les besoins concrets de mobilité des Français que nous répondons aux enjeux présents et préparons au mieux l'avenir. Nous bénéficions également de la grande capacité d'adaptation et d'écoute de nos équipes et de nos partenaires du réseau de distribution, qui nous ont permis d'intégrer avec succès notre nouveau modèle d'agent pour MINI en 2024, malgré un environnement toujours instable. Je tiens à les féliciter et à les remercier pour leur engagement constant » **poursuit Vincent Salimon.**

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 2024, BMW Group France a immatriculé 86 714 automobiles des marques BMW et MINI et 20 260 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 : actuellement l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense.

www.bmw.fr - www.mini.fr - www.bmw-motorrad.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

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.

www.bmwgroup.com

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

Twitter: [http://twitter.com/BMWGroup](https://twitter.com/BMWGroup)

YouTube: [http://www.youtube.com/BMWGroupView](https://www.youtube.com/BMWGroupView)

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>