

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°1984

1^{er} juillet 2015

BMW et MINI en forte progression sur le marché français au 1^{er} semestre 2015.

BMW Group France consolide son leadership sur le segment Premium.

La marque BMW progresse de 15% et la marque MINI de 48,5 %.

BMW i électrique également en forte croissance de 87,8 %.

Record historique pour BMW Group France au mois de juin avec 8138 immatriculations*.

Paris, 1^{er} juillet 2015 - Sur le premier semestre de l'année 2015, **BMW Group France** a enregistré une hausse de ses immatriculations de +23,5 % à 36.909 unités (2014 : 29.885). BMW Group France consolide ainsi sa position de leader sur le segment Premium du marché automobile français. La part de marché atteint 3,63%.

La marque **BMW**, avec 25.602 unités immatriculées en 2015 (6 mois 2014 : 22.270), a vu ses ventes grimper de 15% sur un marché en légère progression, et a donc vu sa part de marché croître pour atteindre 2,52 %. Sur le seul mois de juin, la progression des véhicules immatriculés a atteint 16% avec 5.743 unités et 2,55 % de part de marché (2014 : 4.951).

La marque électrique **BMW i** a immatriculé 477 unités, soit 87,8 % de croissance par rapport au premier semestre de l'année précédente. 427 clients (2014 : +72,2 %) ont pris possession de la **BMW i3** qui a inauguré le segment des citadines Premium électriques. Leipzig, l'usine référente en Développement Durable a poursuivi sa montée en cadence, permettant une accélération des livraisons des modèles 100% électriques ainsi que ceux dotés de l'étendeur d'autonomie (REx).

La **BMW i8**, première Grand Tourisme hybride rechargeable de la marque, compte 50 immatriculations sur le premier semestre, son concept particulièrement futuriste continuant à susciter un fort intérêt.

La marque **MINI** a enregistré, pour sa part, un volume d'immatriculations de 11.307 unités (2014: 7.615 unités, soit + 48,5 %) avec une part de marché progressant à 1,11 %. Les nouvelles MINI Hatch 3 portes puis 5 portes ont connu un grand succès aux côtés du MINI Countryman qui continue d'enregistrer un haut niveau de vente. MINI progressait en juin 2015 de 32,1% avec 2.395 immatriculations.

« Le premier semestre de 2015 témoigne de l'intérêt du marché automobile Premium pour nos nouveaux modèles et nos innovations technologiques. Nous offrons toujours plus de plaisir de conduire conjugué à des niveaux d'efficacité et d'émission records. Les modèles récemment lancés BMW Série 4 Gran Coupé et X4 ont largement contribué à ce résultat, mais aussi la nouvelle BMW Série 2 Active Tourer, qui a conquis de nombreux nouveaux clients pour la marque BMW. La BMW Série 2 Gran Tourer 7 places vient d'être lancée pour la clientèle familiale. Le réseau BMW déploie ainsi les nouvelles gammes avec un très haut niveau de qualité et de service. La France et l'Europe deviennent de vrais moteurs de croissance pour BMW Group dans le monde» a déclaré Serge Naudin, président du directoire de BMW Group France.

« MINI renoue avec une forte croissance depuis le lancement des MINI Hatch 3 portes, appuyées depuis fin 2014 par la nouvelle version 5 portes qui connaît en engouement

Communication et relations publiques

extraordinaire. Le niveau d'équipement de sécurité, confort, connectique et d'efficacité la positionne clairement au sommet du segment des citadines Premium ! »
s'enthousiasme Vincent Salimon, directeur de la marque MINI en France.

Aperçu des immatriculations de BMW Group en France en 2015

	Volume 2015	Volume 2014	Part de marché 2015 (%)	Var 2015/2014 (%)
Total Marché MTM	1.017.500	958.752	100	+ 6,1
Total BMW Group	36.909	29.885	3,63	+ 23,5
BMW	25.602	22.270	2,52	+ 15
dont BMW i	477			+ 87,8
MINI	11.307	7.615	1,11	+ 48,5

*Immatriculations VN, chiffres provisoires AAA

Pour plus d'informations, veuillez-vous adresser à :

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél : +33 (0)1 30 43 94 34
E-mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Maryse Bataillard
Chef du service Communication Corporate
Tél: +33 (0)1 30 43 94 74
E-mail : maryse.bataillard@bmw.fr

<http://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>

Communication et relations publiques

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 environ 5.000 salariés en France. En 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 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 et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 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), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

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 30 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 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 8,71 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 80,40 milliards d'euros pour l'exercice financier 2014. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 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.