Communiqué de presse
4 janvier 2023

En 2022, BMW Group s'affirme en France à l'avant-garde de la transition vers l'électrique et de tous les usages.

- **BMW Group France** enregistre une augmentation de ses parts de marché.
- **Le succès des modèles électrifiés BMW et MINI se confirme** avec 9 169 véhicules électriques et 15 381 hybrides rechargeables.
- **La marque BMW a immatriculé 45 439 véhicules** en 2022 et est leader des ventes premium aux particuliers et aux entreprises.
- **MINI** enregistre une part de segment premium historique (12,4%) et **poursuit sa progression** avec 25 649 immatriculations en 2022 (+1,23%).
- **BMW Motorrad** enregistre un nouveau record d'immatriculations et continue sur la voie du succès dans la mobilité durable à deux roues, la France est le premier marché mondial pour les ventes du scooter électrique BMW CE 04.

Paris. BMW Group France, avec ses marques BMW et MINI, termine l'année 2022 sur de bonnes performances avec 71 088 immatriculations (-0,3%), supérieures au marché français global et au segment premium en particulier. Le groupe s'affirme à la pointe de la transition vers la mobilité électrique. Dans un environnement économique perturbé par le contexte géopolitique, énergétique et les difficultés d'approvisionnement de composants, ce succès repose pour une grande part sur les modèles électrifiés. Ceux-ci représentent désormais 35% des ventes en France sur un marché dont le mix électrifié est de 21%.

BMW augmente sa part de marché en France.
BMW, avec un volume de ventes en 2022 de 45 439 unités, enregistre une légère baisse de 1,2% alors que le segment premium diminue de 4,8% sur marché total en chute de 7,8%. La marque phare du groupe augmente ainsi de +0,8 point sur ce même segment et est leader des immatriculations premium auprès des particuliers et des entreprises, qui progressent de 9,6% (38 322 unités). Les ventes des modèles électrifiés augmentent fortement et dépassent désormais les ventes de véhicules essence avec 15 411 unités. Les modèles électriques (3 360 unités) représentent désormais 7% des ventes en progression de 43% et les hybrides rechargeables (12 501 unités) 27% des ventes en hausse de 12,7%. L'année écoulée a été marquée notamment par le lancement de la BMW Série 2 Active Tourer (+ de 2 700 immatriculations en 2022). Dans le top 5 des ventes, arrive en tête la BMW Série 1 (8 135 unités), suivie des BMW X1 (6 723), X3 (5 658), Série 3 Touring (3 167) et X2 (2 799).

Record historique pour MINI.
MINI signe en 2022 un record de part de marché sur le segment premium en passant de 11,7% à 12,4% avec 25 649 ventes, réalisant ainsi en France le meilleur score européen. MINI s'affirme aussi comme la marque électrifiée par excellence : les modèles électriques et hybrides rechargeables représentent respectivement 23% et 13% des ventes. Et cette tendance s'accélère, désormais une MINI sur trois commandée est une MINI Electric, une performance qui conforte les objectifs de 100% de ventes électriques dès 2030.

Des modèles adaptés à tous les usages des Français.
Ces résultats sont le fruit d'une stratégie de groupe qui a su s'adapter à tous les usages des Français, en proposant des gammes qui coïncident avec tous les besoins de déplacement, en ville comme dans les zones périurbaines et rurales. « Dans les territoires, la voiture reste un mode de déplacement indispensable pour se rendre à son travail ou satisfaire ses besoins de vie quotidienne. Notre rôle, en tant que constructeur est de répondre à l'ensemble des besoins des Français tout en les accompagnant vers une mobilité durable », **souligne Vincent Salimon, Président de BMW France.** La pertinence de cette stratégie se reflète dans les ventes où l'on voit que la MINI électrique, parfaitement adaptée à la mobilité urbaine, représente désormais un tiers des ventes. Pour BMW, dont les clients sont principalement hors des grandes agglomérations et réalisent un kilométrage élevé chaque année, les ventes de modèles hybrides rechargeables continuent à progresser, aux côtés de l'électrique, dans cette période de transition.
« La force de BMW Group France est de miser sur la pluralité de solutions, incluant l'hybride rechargeable, l'électrique et, dès 2023, une flotte test de véhicules hydrogènes **», précise Vincent Salimon.**

A l'avant-garde de la mobilité durable, BMW Group proposera en 2023 un modèle électrique dans 90% des segments de marché actuels et, en 2030, l'électrique représentera 50% de ses ventes mondiales. A moyenne échéance, l'hydrogène complètera le mix énergétique qui doit conduire le groupe sur le chemin de la neutralité carbone. Une flotte test de BMW iX5 Hydrogen est d'ailleurs déjà en production.

BMW Motorrad place la mobilité durable au cœur de ses modèles urbains.
Le nouveau scooter électrique BMW CE04, lancé au printemps, enregistre des records de ventes avec 2 429 ventes en neuf mois en 2022. La France est le premier marché mondial pour ce modèle.
BMW Motorrad reste le deuxième marché mondial pour les ventes BMW Motorrad avec une année historique clôturant à 20 929 immatriculations, en progression de 2,9% dans un marché en baisse de 6,2%. Sur le segment des motos de plus 500 cm3, BMW Motorrad progresse de 1,32 point avec une part de marché de 18,4%.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group France
Maryse Bataillard
Cheffe du Service Communication Corporate et RSE
E-Mail: maryse.bataillard@bmw.fr
Tél : : 01 30 03 19 41

Agence Rumeur Publique
Thierry Del Jésus : 06 60 47 90 38
Alix Lagersie : 07 77 14 61 85
Emma Fernandes : 06 23 02 39 38
E-Mail: bmw@rumeurpublique.fr

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 6.000 salariés en France. En 2022, BMW Group France a immatriculé 71 088 automobiles des marques BMW et MINI et 20 929 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, Faurecia. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un million de voitures 100% électriques circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. 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'entreprenariat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. 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: 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 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2021, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,5 millions d'automobiles et plus de 194 000 motos. En 2021, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 16,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 111,2 milliards d'euros. Au 31 décembre 2021, les effectifs de BMW Group étaient de 118 909 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, de la gestion efficace des ressources à la phase d'utilisation des produits en passant par la production.

www.bmwgroup.com
Facebook: www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: www.twitter.com/BMWGroup
YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView
Instagram: www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw