

Communiqué de presse
3 octobre 2025

BMW GROUP France réorganise son Comité Exécutif dans la continuité.

- **Guillaume de Sazilly est nommé directeur des ventes de BMW France.**
- **Fabrice de Margerie est nommé directeur la marque MINI en France.**
- **Tous deux sont membres du Comité Exécutif et reportent à Vincent Salimon, président du directoire de BMW Group France.**
- **Nathanaëlle Heinrich prend de nouvelles responsabilités au siège de BMW Group.**

Paris. BMW Group France réorganise son Comité Exécutif dans la continuité avec la nomination de Guillaume de Sazilly à la direction des ventes de BMW, où il succède à Nathanaëlle Heinrich au 1^{er} octobre. Fabrice de Margerie est nommé directeur de MINI, succédant à Guillaume de Sazilly.

Dans sa carrière au sein du BMW Group et à l'étranger, **Guillaume de Sazilly** a acquis une large expérience en management, ventes et marketing. Sa vision transversale des activités et sa fine connaissance du marché Français, du réseau et des équipes seront des atouts indéniables pour la poursuite du succès de BMW en France.

Vincent Salimon, président du directoire de BMW Group France se félicite de cette nomination « Après l'introduction avec succès du modèle d'agent pour le réseau de distribution en France et le lancement réussi de la gamme MINI entièrement renouvelée, Guillaume de Sazilly a le leadership et l'expertise idoines pour lancer le modèle d'agence pour BMW et la gamme Neue Klasse qui marque un jalon dans l'histoire de notre entreprise ».

En effet, sous la direction de Guillaume de Sazilly, la marque MINI a connu un tournant décisif, avec le renouvellement complet de sa gamme de modèles. Ce véritable tour de force a permis de transformer un modèle iconique en une marque à succès.

Il succède à **Nathanaëlle Heinrich** appelée à de nouvelles responsabilités au siège de BMW Group à Munich.

Vincent Salimon « remercie chaleureusement Nathanaëlle pour sa contribution au succès du groupe en France ces dernières années. Sous sa direction, les ventes de BMW en France ont atteint un record historique. La marque à l'hélice, devenue leader du segment Premium, a connu une croissance de 46% de ses ventes en trois ans (2021-2024). Je lui souhaite tout autant de succès dans ses nouvelles fonctions ».

Fabrice de Margerie fait son retour au sein de BMW Group France pour prendre la direction de la marque MINI en France au 6 octobre 2025. « Fabrice revient avec l'expérience confirmée de vingt ans dans le secteur automobile et les opérations. Grâce à son parcours au sein de différentes entités du groupe, il a déjà une fine connaissance de

l'entreprise. Son approche centrée sur les relations humaines et axée sur la performance seront des atouts clés pour accompagner le succès de MINI en France. Je suis ravi d'accueillir Fabrice au sein de notre comité exécutif » déclare **Vincent Salimon**.

Biographies

Guillaume de Sazilly

Diplômé de ESCP Business School, Guillaume de Sazilly parle couramment l'anglais et l'espagnol. Passionné d'automobile et de moto, il affectionne aussi les sports de glisse comme le ski et la voile. Guillaume de Sazilly a démarré sa carrière en 2004 au sein de BMW Group France au sein du département BMW Motorrad. En 2009, il quitte le groupe pour rejoindre une société de production Connaissance du Monde avant de s'envoler pour les Etats-Unis où il intègre la société française de décoration intérieure l'Eclat de Verre. En 2013, Guillaume revient en France pour prendre la responsabilité des produits financiers MINI et a ensuite occupé successivement les fonctions de directeur marketing de BMW Motorrad, puis du Franchising et de l'Expérience Client BMW et MINI avant de prendre la direction de la marque MINI en France.

Fabrice de Margerie

Titulaire d'un master en management de l'EM Lyon, Fabrice de Margerie a débuté sa carrière en 2004 au sein du Groupe Renault en Roumanie, où il a développé le programme de fidélisation clients pour la marque Dacia. En 2006, il a ensuite intégré le département développement réseau de BMW France, en charge notamment des études clients. En 2008, il a rejoint le groupe de distribution automobile Priod pour lequel il a dirigé successivement différents sites. En 2013, il est revenu chez BMW pour piloter le programme de transformation de l'expérience client « Future Retail », avant d'être nommé responsable du service marketing après-vente et business development en 2016. En 2019, Il est nommé directeur des opérations chez Alphabet France en charge de la relation avec les constructeurs et les réseaux, de la gestion de la flotte et de la revente des véhicules d'occasion. En 2024, il intègre la start-up OTOQI en tant que directeur des opérations. Il rejoindra le BMW Group le 6 octobre 2025.

Nathanaëlle Heinrich

Nathanaëlle Heinrich est diplômée de l'EM Strasbourg et a étudié à l'Universität Mannheim en Allemagne. Elle parle couramment le Français, l'Anglais et l'Allemand. Passionnée d'automobile autant que de moto, Nathanaëlle a démarré sa carrière au sein du BMW Group à Munich en tant qu'Assistante Chef de Produit BMW en 2005, avant de rejoindre le BMW Group France comme Spécialiste Marketing BMW Motorrad. Elle a ensuite occupé successivement les fonctions de Déléguée Régionale, de Responsable Grands Comptes BMW/MINI, puis de Chef du Service Ventes BMW Motorrad, avant de prendre en 2017 la Direction Régionale des Ventes BMW pour la moitié Nord de la France. En 2019, elle rejoint le Comité Exécutif de BMW Group France en tant que Directrice de la marque BMW Motorrad, avant de prendre trois ans plus tard la Direction des Ventes BMW et du Développement Réseau.

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France avec son siège social à Montigny-le-Bretonneux, son centre de formation à Tigery, son centre de pièces de rechange et accessoires international à Strasbourg et le centre d'essais techniques international du BMW Group où sont testés et éprouvés tous les modèles, avant d'être vendus dans le monde entier, sur l'autodrome de Miramas à Istres.

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 20 620 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 avec 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 partenaire officiel du Festival de Cannes et du 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 la Golf Cup.

Depuis 40 ans, l'entreprise finance des projets d'utilité publique à travers sa Fondation BMW Group France placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement l'entreprenariat à impact à travers le soutien aux organisations Ashoka et Make Sense.

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

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

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

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

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

X: <https://x.com/BMWGroupFrance>

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 le domaine de la finance. BMW Group exploite 30 sites de production dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays. En 2024, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,45 millions d'automobiles et plus de 210 000 motos.

Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2024 s'élève à 11 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,4 milliards d'euros. Au 31 décembre 2024, le BMW Group employait 159 104 personnes.

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

Le développement durable est un élément essentiel de la stratégie d'entreprise du BMW Group et couvre tout le cycle de vie des produits, depuis la chaîne d'approvisionnement et la production jusqu'à la fin de la phase d'utilisation.