

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°1974
17 juin 2015

BMW Group France.

BMW Group France annonce une série de mouvements au sein de sa structure commerciale, effective dès le 1er juillet 2015.

Pascale LEBEAU, actuelle Directrice des Ventes MINI, sera nommée Directrice des Ventes Véhicules d'Occasion de BMW Group France et succédera à Nicolas JANIN, dont les nouvelles fonctions seront communiquées prochainement.

Antoine BOURBONNEUX, actuel Responsable du Déploiement de la Stratégie BMW i, sera nommé Directeur des Ventes de la marque MINI en France et succédera à Pascale LEBEAU.

Olivier DUMAIN, actuel Directeur des Ventes Entreprises de BMW Group France, sera nommé Directeur BMW i France et succédera à Antoine BOURBONNEUX.

Aymeric SCHEIDECKER, actuel Chef du Service Stratégie, Planning des Ventes sera nommé Directeur des Ventes Entreprises de BMW Group France et succédera à Olivier DUMAIN.

Xavier BADIE-CASSAGNET, actuel Chef du Service Conseil de Gestion et Qualité de BMW Group France sera nommé Chef du Service Stratégie, Planning des Ventes de BMW Group France et succédera à Aymeric SCHEIDECKER.

Thibault FABRE-AUBRESPY, actuel Conseiller de Gestion, sera nommé Chef du Service Conseil de Gestion et Qualité de BMW Group France et succédera à Xavier BADIE-CASSAGNET.

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

Communication et relations publiques

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.