BMW GROUP

Communication et relations publiques

Communiqué de presse 2022
4 novembre 2015

BMW Group remporte une nouvelle fois la première place du Carbon Disclosure Project (CDP)

Une récompense importante en matière de protection du climat en amont de la COP 21.

Bonn / Munich. A l'occasion de la Climate Leadership Award Ceremony & Conference organisée par le CDP (Carbon Disclosure Project) à Bonn, BMW Group s'est vu une fois de plus récompensé pour son action en faveur de la protection du climat. Le BMW Group a obtenu le score maximum de 100 points pour sa transparence en matière de communication et la note maximale de A pour les mesures prises en matière de protection de l'environnement. Une nouvelle fois, BMW est confirmé comme étant un constructeur automobile durable. BMW Group est l´une des trois seules entreprises au monde qui aient reçu la note maximale A six fois de suite au CDP.

La note « 100 A » au CDP jouit d'une grande reconnaissance dans les milieux spécialisés. Elle reflète le plus haut niveau de transparence en ce qui concerne les mesures effectivement prises par l'entreprise pour protéger le climat. Outre la définition d'objectifs ambitieux et la réduction des émissions, elle inclut également une vérification des données rapportées. Cette récompense est ainsi une marque de crédibilité et surtout une expression de l'efficacité des mesures introduites par l'entreprise pour lutter contre le changement climatique.

« Le CDP félicite BMW AG pour son admission dans la liste CDP Climate A et pour avoir atteint la note maximale de 100 A. Il prouve non seulement la transparence remarquable dont il fait preuve dans le cadre de ses activités environnementales vis-à-vis des investisseurs et du grand public mais aussi démontre qu'il a mis en place une stratégie et des objectifs ambitieux mais aussi des mesures exceptionnelles pour lutter contre le changement climatique. Seules 113 des 2000 entreprises cotées en bourse dans le monde réussissent à faire partie de la liste CDP Climate A » a déclaré Susan Dreyer, directrice au CDP pour la région Allemagne-Autriche-Suisse.

Ursula Mathar, responsable Sustainability and Environmental Protection chez BMW a précisé que « BMW Group a une approche holistique de ses activités de développement durable. Naturellement, la question de la protection de l'environnement a une importance particulière pour un constructeur automobile. Ces résultats sont pour nous la confirmation que nos activités sont sur la bonne voie. Pour nos quelque 116 000 collaborateurs dans le monde, c'est une grande source de motivation pour poursuivre sur ce chemin ensemble. »

BMW Group met en œuvre une stratégie durable sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur. Dès 2001, BMW Group s'est engagé en faveur du Programme des Nations Unies pour l'environnement (UNEP), du Pacte mondial des Nations Unies et de la Déclaration internationale pour une production plus propre. En 1973, BMW fut le premier constructeur automobile à nommer un responsable environnement au sein de l'entreprise. Aujourd'hui, le Comité de durabilité, qui regroupe tous les membres du Directoire, fixe l'orientation

stratégique du groupe en matière de développement durable et définit des objectifs à caractère obligatoire. Le développement continu de la stratégie de développement durable de BMW Group est également une tâche essentielle du Comité de durabilité.

Vous trouverez plus d'informations sur la mise en œuvre de la stratégie de développement durable de BMW Group sur www.bmwgroup.com/responsibility

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.

CDP Europe

CDP Europe est membre du réseau mondial CDP, une organisation internationale à but non lucratif qui offre aux entreprises et aux villes le seul système global permettant de mesurer, contrôler et rendre public leur impact environnemental. Le CDP travaille en étroite collaboration avec les principaux acteurs politiques, économiques et financiers - dont 822 investisseurs institutionnels représentant un total de 86 milliards d'euros d'actifs - afin d'inciter les entreprises à rendre public leur impact sur l'environnement et leur utilisation des ressources, et à les réduire.

Plus de 5500 entreprises dans le monde, dont 1800 en Europe, ont publié en 2015 des informations relatives à l'environnement grâce au CDP. Le CDP dispose aujourd'hui de la plus grande base au monde de données primaires sur le changement climatique, l'utilisation des ressources en eau et l'exploitation des forêts. Ainsi, le CDP permet aux décideurs d'intégrer un facteur « capital naturel » dans leurs décisions stratégiques commerciales, d'investissement et politiques.