

Communiqué de presse n° 2029
7 décembre 2015

BMW Group à la Conférence de l'ONU Paris Climat 2015 - COP 21.

Paris/Munich 4 décembre 2015. Dans le prolongement de son implication depuis 1992 dans les conférences climatiques de l'ONU, BMW Group s'engage activement aux côtés de la COP21 qui se tient actuellement à Paris. A cette occasion, BMW Group présente ses engagements pour le climat, qui mettent l'accent sur le dialogue, la jeunesse et la recherche de solutions pour la réduction de la consommation énergétique.

Dialogues étudiants BMW Group

Une nouvelle session de dialogues étudiants internationaux organisée par BMW Group s'est tenue le 30 novembre 2015 à Paris, réunissant des étudiants de grandes écoles et universités de douze pays, qui ont discuté avec des experts de BMW des enjeux et solutions de la mobilité urbaine. Les étudiants participants étaient originaires du Brésil, de Chine, du Chili, d'Allemagne, de France, de Grande-Bretagne, d'Inde, du Canada, de Russie, de Serbie, de Corée du Sud et des Etats-Unis. Au cours des discussions, l'accent a été mis sur l'électromobilité, l'auto-partage, la conduite autonome ainsi que sur les services numériques.

Ce débat à Paris était déjà la cinquième rencontre organisée par BMW Group cette année. Le groupe a auparavant organisé des dialogues internationaux entre des experts du développement durable et des étudiants à Berlin, Londres, Shanghai et Seattle. Des étudiants de Londres, Shanghai et Seattle ont également participé aux débats organisés dans la capitale française aux côtés d'étudiants de grandes écoles françaises de Management, l'ESSEC, HEC et l'INSEAD.

« Tous nos engagements auprès des acteurs impliqués convergent en cette fin d'année 2015. Tout au long de l'année, nous avons réfléchi avec les étudiants sur les défis de la mobilité urbaine. Nous avons déjà eu des retours très intéressants à l'issue de ces différents dialogues. Ici à Paris, nous avons réuni des étudiants venant des différents horizons. Cela a permis de faire émerger des idées et des dynamiques nouvelles », a déclaré Thomas Becker, Directeur des Affaires Publiques de BMW Group.

Ursula Mathar, Directrice du Développement Durable de BMW Group, a ajouté : « Il est très important pour nous d'intégrer les conclusions de ces dialogues dans notre processus stratégique à Munich. Chaque stratégie doit être confrontée régulièrement avec les attentes des parties prenantes. Ce n'est pas seulement l'opinion des experts en matière de durabilité qui est importante pour nous. Les critiques et les suggestions des jeunes générations nous intéressent aussi. »

L'objectif de BMW Group est de poursuivre ces dialogues étudiants dans les prochaines années.



American Business Act on Climate Pledge

A l'occasion de la conférence sur le climat à Paris, BMW Group a également annoncé avoir signé l'American Business Act on Climate Pledge. Au total, 154 entreprises présentes aux Etats-Unis ont rejoint cette initiative. Leur objectif commun est de lutter contre le changement climatique grâce à une panoplie d'actions concrètes. Dans ce contexte, BMW Group s'est fixé des objectifs ambitieux à niveau mondial, mais également spécifiques pour les sites aux Etats-Unis.

RE100 Initiative

Par ailleurs, BMW Group participe dès à présent à l'Initiative RE100 du Climate Group. L'objectif de cette initiative est de réussir le passage graduel aux énergies renouvelables, objectif partagé par BMW Group depuis longtemps. « BMW Group réduit continuellement ses besoins énergétiques et mise sur l'autoproduction et l'utilisation d'énergies renouvelables locales. Le groupe soutient aussi activement le développement des énergies renouvelables. C'est ainsi que nous renforçons notre indépendance et nos performances », a ainsi déclaré Markus Schramm, responsable de la Stratégie chez BMW Group.

Sustainable Innovation Forum 2015 et autres évènements

BMW Group est présent à plusieurs événements de la Conférence sur le Climat à Paris. Sa participation aux discussions sur place est clairement au cœur de l'engagement de BMW Group. Les représentants de haut niveau de l'entreprise prennent ainsi part aux différentes conférences et rencontres. Peter Schwarzenbauer, membre du Directoire de BMW AG, s'exprime notamment au Sustainable Innovation Forum 2015 sur les défis et solutions de la mobilité urbaine.

**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.