

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2090
27 avril 2016

100 ans de la marque BMW, 100^{ième} édition de l'Open de France, 100 épreuves qualificatives BMW Golf Cup France...

BMW consolide un engagement à 100% avec la FFGolf et le renouvelle pour 4 ans.

Paris. La Fédération Française de Golf est à l'aube de grands défis. Le retour du golf aux Jeux Olympiques 2016 à Rio (Brésil), l'accueil de la Ryder Cup 2018 au Golf National (Saint-Quentin en Yvelines - France) et l'émergence de joueuses et joueurs professionnels au plus haut niveau international constituent des opportunités uniques pour donner au développement de ce sport un formidable élan.

Cet élan est soutenu activement par BMW France, qui célèbre cette année son centenaire, et qui figure parmi les partenaires engagés depuis de nombreuses années auprès de la FFGolf avec un soutien précieux des actions déployées pour l'essor du golf français.

« Notre partenariat avec la FFGolf constitue une extension de nos nombreux engagements dans le golf. Après le PGA European Tour, le sponsoring de six grands tournois du circuit européen, puis notre soutien depuis 2006 sur la Ryder cup, BMW France tient à soutenir la politique fédérale française pour le développement du golf » souligne Serge Naudin, Président du Directoire de BMW Group France. « Mais notre engagement va au-delà du golf, puisque nous sommes également partenaire du CNOSF et donc de l'équipe de France olympique où le golf fera son retour après plus de 100 ans d'absence... »

Serge Naudin reconnaît également que l'implication pour le golf au niveau mondial de BMW AG a été l'élément catalyseur des investissements de la filiale française auprès de la FFGolf et son tournoi centenaire l'Open de France auquel participera notre ambassadeur BMW France : Alexander Levy.

Pour ce qui concerne le golf amateur, Serge Naudin ajoute « BMW anime également la vie des licenciés français en proposant, à l'occasion de son centenaire, 100 phases qualificatives de la BMW Golf Cup France. Cette épreuve nationale s'affirme ainsi comme le plus grand tournoi amateur en France avec 100 qualifications qui aboutissent à une finale nationale, puis une finale internationale où se rejoignent les finalistes de 50 pays ».

« Proposer du rêve et partager les valeurs de l'univers BMW » c'est en ces mots que le Président du Directoire de BMW Group France conclut au sujet du plus grand tournoi de golf amateur mondial, la BMW Golf Cup international, auquel la France est associée. « Cette année nous attendons la participation d'environ 17.000 golfeurs français qui viendront s'ajouter aux 90.000 participants qui concourent à cet unique rassemblement des golfeurs amateurs de la planète ».

La décision de BMW intervient un an après l'évolution de l'offre marketing de la Fédération Française de Golf. « Le retour du golf aux jeux Olympiques et l'accueil de la Ryder Cup en 2018 sont des échéances majeures mais ne constituent qu'une étape. Notre volonté est de voir plus loin

Communication et relations publiques

et d'utiliser ces échéances comme des leviers pour faire progresser durablement le golf dans toutes ses dimensions. Cela passait notamment par un travail sur l'attractivité du golf auprès des partenaires. Je suis très heureux de la fidélité de BMW et je les remercie de leur confiance. Cette fidélité récompense les orientations prises par la fédération et notre capacité à évoluer », s'est félicité Jean Lou Charon, Président de la FFGolf.

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 plus de 5.000 salariés en France. En 2015, BMW Group France a immatriculé 76.077 automobiles des marques BMW et MINI et 12.456 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 musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. 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 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 2015, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 247 485 automobiles et près de 137 000 motos. En 2015, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,22 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 444 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.



Communication et relations publiques

A propos de la Fédération Française de Golf

Fondée en 1912 sous l'appellation d'Union des golfs de France, la Fédération Française de Golf est une association de loi 1901 déclarée d'utilité publique le 9 avril 1975 et agréée par le Ministère des sports. Elle recense aujourd'hui plus de 410 000 licenciés. Pour mémoire, elle n'en comptabilisait que 20 000 en 1970, 38 783 en 1980, 181 147 en 1990 et 291 754 en 2000. La progression du golf est de loin l'une des plus impressionnantes du sport français sur les 30 dernières années.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>