

## Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2112  
17 juin 2016

### **BMW Group pose la première pierre de sa nouvelle usine au Mexique.**

Une étape importante pour la croissance de BMW Group dans la région ALÉNA. Lancement de la production de la BMW Série 3 Berline prévu pour 2019. Un milliard de dollars d'investissement. L'usine BMW Group de San Luis Potosí, pionnière en matière de production durable.

**San Luis Potosí / Munich** - La première pierre posée aujourd'hui marque le lancement des travaux de construction de la nouvelle usine BMW Group au Mexique. Parmi les invités ayant répondu présent à la cérémonie officielle organisée à San Luis Potosí se trouvaient notamment Rogelio Garza Garza, sous-secrétaire d'État délégué à l'Industrie et au Commerce au sein du Ministère mexicain de l'Économie, Juan Manuel Carreras López, Gouverneur de l'État de San Luis Potosí, Oliver Zipse, membre du Directoire de BMW AG en charge de la production et Milagros Caiña-Andree, membre du Directoire de BMW AG en charge des ressources humaines.

#### **Une nouvelle usine BMW Group dotée de technologies de pointe**

Oliver Zipse, membre du Directoire en charge de la production, estime que le nouveau site de San Luis Potosí revêt un caractère particulier : « Cette nouvelle usine mexicaine sera la vitrine du savoir-faire et des compétences de BMW Group. Le système de production qui y sera mis en œuvre sera un modèle de productivité et de durabilité grâce à des technologies innovantes. Je suis très heureux de donner le coup d'envoi de la construction de cette usine BMW Group révolutionnaire. » Milagros Caiña-Andree, membre du Directoire en charge des ressources humaines, a souligné l'implication de BMW Group en tant qu'employeur : « Notre réussite dépend avant tout des personnes qui travaillent pour nous. C'est leur savoir-faire qui nous permet de créer nos produits. Ce sont eux qui forment la pierre angulaire de notre nouvelle usine de San Luis Potosí. Il est donc essentiel à nos yeux de développer notre attractivité en tant qu'employeur sur place, de faire naître chez nos collaborateurs un fort attachement pour BMW Group, d'encourager leur ambition et de leur permettre de faire fructifier leurs talents. » Juan Manuel Carreras López, Gouverneur de l'État de San Luis Potosí, a déclaré : « Le BMW Group est un partenaire majeur pour notre État, qui s'engage à contribuer au développement industriel de la région. San Luis Potosí attire de nombreux acteurs de l'industrie automobile grâce à ses ouvriers qualifiés, sa situation intéressante en terme de logistique et la présence d'infrastructures nécessaires au développement de ce type de projets. À San Luis Potosí, nous sommes prêts à apporter notre soutien aux acteurs du secteur automobile. »

#### **Lancement de la production de la BMW Série 3 Berline prévu pour 2019**

Le site de San Luis Potosí assurera la production de la gamme la plus vendue de la marque BMW, la BMW Série 3 Berline. Depuis plus de 40 ans, la BMW Série 3 s'impose comme le modèle emblématique de la marque centenaire et représente une référence en matière de performance dynamique, d'efficacité et de design.

L'usine de San Luis Potosí viendra également compléter les capacités de production du site BMW Group de Rosslyn, en Afrique du Sud, qui assemblera désormais la nouvelle BMW X3 au lieu de la BMW Série 3.

Le lancement de la production est prévu pour 2019, pour une capacité annuelle de 150 000 véhicules. Le groupe BMW investit près d'un milliard de dollars US dans la nouvelle usine, créant au moins 1 500 emplois. Le choix de San Luis Potosí pour l'implantation de ce site s'appuie sur

## Communication et relations publiques

différents critères tels que la richesse du réseau de fournisseurs, le niveau de qualification de la main-d'œuvre locale, ou encore les infrastructures techniques et sociales déjà en place.

### **Une usine mexicaine pionnière**

L'usine BMW Group de San Luis Potosí couvrira l'ensemble de la chaîne de production automobile et inclura un atelier de tôlerie ainsi qu'un atelier de peinture et d'assemblage dotés d'un système de production innovant et satisfaisant à l'ensemble des normes de durabilité en vigueur. Dès sa première année complète d'exploitation, cette usine sera le site de production de BMW Group le plus efficace au monde en matière d'utilisation des ressources.

Ainsi, le recours à des sources d'énergie renouvelable permettra au site de s'assurer une alimentation en électricité 100 % zéro carbone. La majeure partie de l'électricité consommée proviendra d'une centrale solaire implantée sur le terrain de l'usine.

L'utilisation responsable des ressources en eau est également un objectif majeur de développement durable à San Luis Potosí. L'usine affichera donc le taux de consommation d'eau par véhicule produit le plus faible de l'ensemble du réseau de sites de production. L'atelier de peinture sera le tout premier du groupe BMW à ne produire aucune eau usée industrielle, l'eau utilisée pour les phases de peinture étant en effet reconditionnée et recyclée.

BMW Group s'appuie uniquement sur des plans numériques en 3D pour concevoir la construction des bâtiments et l'installation des équipements sur le site. À chaque étape des travaux, des architectes intègrent les données spécifiques comme la localisation, les dimensions ou encore le degré d'avancement dans des maquettes numériques. C'est aussi la première fois qu'une technologie numérique de scanner 3D est utilisée lors de la phase de construction. Ces deux technologies associées permettent d'analyser en temps réel l'avancement des travaux et de réduire le coût des modifications apportées au projet de construction, assurant ainsi au groupe BMW une grande fiabilité dans le suivi du calendrier.

### **La nouvelle usine bénéficiera de l'expérience du réseau de production**

Tout est prêt pour le lancement de la production : 25 jeunes ingénieurs en mécatronique ont en effet entamé leur formation en septembre 2015. Cette année, des programmes équivalents de formation d'experts en production mécanique et en mécatronique automobile seront mis en place conjointement avec des universités techniques locales. Le Mexique dispose en effet d'un système d'apprentissage en alternance similaire au modèle allemand.

La nouvelle usine de San Luis Potosí pourra s'appuyer sur l'expérience accumulée au sein du réseau de production de BMW Group. Ainsi, les sites de Munich et de Spartanburg contribuent à l'installation de l'usine mexicaine en apportant leur savoir-faire. L'usine de Munich notamment sert de site modèle pour l'aménagement et la formation, et assurera la formation de plus de 500 collaborateurs mexicains d'ici 2019. « Le programme de formation de nos futurs collaborateurs est un élément essentiel pour nous. La nouvelle usine fera figure de référence mondiale en matière d'innovation technologique et de production économe en ressources », a ainsi expliqué Hermann Bohrer, directeur de l'usine BMW Group de San Luis Potosí.

### **BMW Group entend poursuivre sa croissance dans la région ALÉNA**

Le réseau de production de BMW Group comprend 31 sites situés dans 14 pays, sur 4 continents. L'extension de ce réseau international s'est toujours appuyée sur la croissance des marchés du monde entier. Ainsi, BMW Group garantit l'efficacité et la flexibilité de l'ensemble de son réseau de production en équilibrant la création de valeur entre l'Europe, l'Asie et les Amériques. Dans le cadre de cette approche, le Mexique constitue une nouvelle pierre angulaire de la stratégie de croissance du groupe. Membre de l'ALÉNA, qui instaure une zone de libre-échange avec le Canada et les États-Unis, le Mexique est également signataire d'un grand

## Communication et relations publiques

nombre d'accords de libre-échange conclus avec l'Union européenne et les États membres du MERCOSUR, ce qui simplifie l'exportation d'automobiles et l'importation de pièces.

L'Amérique du Nord est l'un des principaux marchés de croissance de BMW Group. L'entreprise entend ainsi investir au total un milliard de dollars US dans l'extension de son site américain de Spartanburg d'ici la fin 2016 afin d'atteindre une capacité de production annuelle de 450 000 unités. En 2015, cette usine spécialisée dans les modèles BMW X est devenue la première usine du réseau de production international du groupe, en réponse à la forte demande pour les modèles X à l'échelle mondiale. En outre, le site de Spartanburg assurera à l'avenir la production du nouveau modèle BMW X7. Avec les deux usines de Spartanburg et de San Luis Potosí, BMW Group disposera de capacités de production conséquentes et de sites bénéficiant d'une implantation stratégique en Amérique du Nord.

### **BMW Group au Mexique**

BMW Group est représenté au Mexique par une société commerciale depuis 1994. En 2015, l'entreprise a vendu au total 17 475 automobiles (12 170 modèles BMW, 5 305 modèles MINI), un chiffre en hausse de plus de 17 % en glissement annuel. Les ventes de motos sur la même période s'établissent à 2 615 unités (+15,2 % en glissement annuel).

En 2008, BMW Group a créé au Mexique un réseau local de logistique et d'approvisionnement. Depuis lors, il entretient d'étroites relations avec ses fournisseurs mexicains, nord-américains et centre-américains. Le montant total des achats de BMW Group auprès de fournisseurs mexicains au titre de l'année 2015 s'établit ainsi à plus de 2,5 milliards de dollars US, un chiffre en hausse de quelque 18 % en glissement annuel. À terme, la gestion de ce réseau mexicain de logistique et d'approvisionnement sera assurée à San Luis Potosí.

### **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.

## Communication et relations publiques

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 31 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.