



Présidence de BMW Group France : Vincent Salimon succède à Serge Naudin au 1^{er} avril 2017.

Vincent Salimon nommé Président du Directoire de BMW Group France succède à Serge Naudin nommé Président de BMW Financial Services Région Asie-Pacifique.

Paris - Vincent Salimon, Directeur de MINI France depuis juillet 2014 assumera la fonction de **Président du Directoire de BMW Group France**, à compter du 1^{er} avril 2017. Il succèdera ainsi à Serge Naudin, à la tête de la filiale française depuis le 1^{er} février 2012, qui prend à la même date la direction de BMW Financial Services pour la région Asie-Pacifique et sera basé à Singapour.

Sous la présidence de Serge Naudin, l'activité automobile de BMW Group avec ses marques BMW et MINI aura vu sa part du marché français progresser de 3,6% en 2012 à 4,25 % en 2016. L'activité BMW Motorrad s'est également fortement développée pour atteindre 16,2% de part de marché. BMW Group est ainsi le leader du segment automobile Premium en France, le 2^{ème} importateur et le 4^{ème} constructeur en termes de ventes. Les importants investissements dans le réseau et le développement des services à la clientèle ont été couronnés de succès. L'étude TNS Sofres publiée lors du « Grand Prix des Marques Automobiles » avec le Journal de l'Automobile a classé BMW deux fois numéro un ces trois dernières années. Les clients de la marque expriment ainsi leur niveau remarquable de satisfaction. En outre, le CNPA relayé par Auto-Info, a placé MINI et BMW en première et deuxième position dans la « Cote d'amour des constructeurs », étude basée sur la satisfaction des concessionnaires.

Vincent Salimon, actuel Directeur de la marque MINI France, a commencé sa carrière comme consultant chez MediaPerformances et Price Waterhouse avant d'occuper de nombreuses fonctions au sein de BMW Group à l'international et notamment en Norvège où il dirigeait la filiale avant son retour en France. Marié et père de trois enfants, parlant couramment l'anglais et l'espagnol, membre de l'équipe de France de natation de 1981 à 1988, cet ancien sportif de haut niveau, diplômé de L'Ecole de Management de Tours (ESCEM), prend ainsi la présidence du groupe en France, 5^{ème} marché mondial de BMW Group.

Vincent Salimon dirigera la filiale française et présidera le **Comité Exécutif** de BMW Group France constitué au 1^{er} avril de :

Olaf Sandstede, Directeur général et financier
Cyril Jacquin, Directeur du département services à la clientèle
Pierre Jalady, Directeur du département marketing BMW
Jean-Michel Juchet, Directeur du département communication et affaires publiques
Alexandre Leclercq, Directeur du département développement réseau et qualité
Olivier Philippot, Directeur du département ventes BMW
Frédéric Stik, Directeur de BMW Motorrad France

La nomination du nouveau Directeur de la marque MINI France sera annoncée ultérieurement.

Jean-Philippe Parain, Vice-Président Ventes et Marketing de la région Europe de BMW Group se félicite de ces nominations: « Nous tenons à remercier très chaleureusement Serge Naudin pour son engagement envers les équipes et les résultats records enregistrés ces dernières années. »

« Nous souhaitons à Vincent Salimon un excellent départ dans ce nouveau challenge au sein de BMW France. Il a acquis une expérience très large des métiers des ventes et du marketing ainsi qu'une grande connaissance des marques du groupe, du marché français et du réseau de concessionnaires, qui seront des atouts décisifs dans l'exercice de sa fonction » a-t-il ajouté.

www.bmw.fr

Facebook : facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: instagram.com/BMWFrance/

Youtube: youtube.com/BMWFrance

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 2016, BMW Group France a immatriculé 85 697 automobiles des marques BMW et MINI et 13 603 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 électromobilité, 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 l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie, Paris Photo. 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), et la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

Communication et relations publiques

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 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2016, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 367 603 automobiles et plus de 145 000 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.

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>