

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n° 2271
7 avril 2017

La marque étend son Edition « la Bête ou la Belle » BMW Série 2 Active Tourer et Gran Tourer aux BMW Série 1 trois et cinq portes, BMW Série 3 Berline et Touring, BMW Série 4 Gran Coupé et BMW X1.

Paris. Depuis le mois de janvier, BMW propose une nouvelle édition « la Bête ou la Belle ». La Bête fait référence à la finition sportive et dynamique « M Sport » tandis que la Belle représente l'élégance de la finition « Luxury ». Ces deux finitions sont disponibles pour un montant identique.

Proposée exclusivement en France depuis janvier sur les BMW Série 2 Active Tourer et BMW Série 2 Gran Tourer dans les motorisations essence 216i, 218i et 220i ainsi que dans les motorisations Diesel 214d, 216d, 218d et 220d, l'offre s'étend désormais sur les BMW Série 1 trois et cinq portes, les BMW Série 3 Berline et Touring, BMW Série 4 Gran Coupé ainsi que sur le BMW X1.

Pour un loyer identique le client peut choisir entre :

- la finition M Sport ou Luxury pour BMW Série 2 Active et Gran Tourer, BMW Série 3 Berline et Touring et pour la BMW Série 4 Gran Coupé
- la finition M Sport ou Urbanchic pour BMW Série 1
- la finition M Sport ou xLine pour BMW X1

Par exemple concernant le BMW X1, pour un loyer identique, le client peut choisir entre la finition M Sport ou xLine et ainsi bénéficier entre autres des équipements suivants (liste non exhaustive) :

- Jantes en alliage léger 18"
- Kit éclairage
- Park Assist
- Projecteurs LED
- Radars de stationnement avant et arrière
- Rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement
- Système de navigation

A cela s'ajoute pour la finition M Sport :

- Ciel de pavillon anthracite BMW Individual
- Eléments de décoration M Sport intérieur et extérieur
- Kit aérodynamique M
- Sellerie Tissu / Alcantara
- Shadow Line brilliant BMW Individual
- Volant M gainé cuir

A cela s'ajoute pour la finition xLine :

- Aluminium Line Satiné
- Eléments de décoration chromés intérieur et extérieur
- Inserts décoratifs
- Sellerie Tissu / Cuir
- Volant Sport gainé cuir

Communication et relations publiques

Outre l'avantage client conséquent accordé au travers des nombreux équipements, la nouvelle édition la Bête ou la Belle se révèle particulièrement avantageuse puisqu'elle s'affiche à des niveaux de loyers très compétitifs, sans apport et avec entretien inclus. Les loyers de cette édition sont présentés en annexe.

Par exemple, le BMW X1 est disponible en finitions M Sport ou xLine aux tarifs suivants :

- sDrive 18i 136 ch 445 € / mois* avec peinture métallisée
- xDrive 20i 192 ch 550 € / mois*
- sDrive 16d 116 ch 460 € / mois*
- sDrive 18d 150 ch 480 € / mois*
- xDrive 18d 150 ch 510 € / mois*
- xDrive 20d 190 ch 550 € / mois*

* LLD 36 mois / 40 000 km sans apport avec contrat d'entretien « BMW Repair Inclusive » 3 ans inclus.

Dans le cadre de cette Edition la BMW Série 2 Gran Tourer ne coûte que 10 € de plus par mois que la BMW Série 2 Active Tourer, la BMW Série 1 cinq portes ne coûte que 10 € de plus que la BMW Série 1 trois portes et la BMW Série 3 Touring ne coûte que 10 € de plus que la BMW Série 3 Berline. Double offre sans apport pour un budget particulièrement compétitif pour des modèles suréquipés.

Pour les BMW Série 1, BMW Série 2, BMW Série 3 et BMW Série 4, les versions xDrive des motorisations listées ci-dessus sont également concernées par ces Editions.

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 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 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.

www.bmw.fr

Facebook: [facebook.com/BMWFrance](https://www.facebook.com/BMWFrance)

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: [instagram.com/BMWFrance/](https://www.instagram.com/BMWFrance/)

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

LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home



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 million d'automobiles et plus de 145 000 motos. En 2016, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,67 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 94,16 milliards d'euros. Au 31 décembre 2016, les effectifs de BMW Group étaient de 124 729 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>