

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2392
13 octobre 2017

BMW sur la première place du podium de nombreux Trophées. La stratégie holistique de BMW Group régulièrement récompensée sur toutes les dimensions de la chaîne de valeur.

- Trophée de la stratégie industrielle - L'Automobile Magazine.
- Trophée du meilleur Concept-car : BMW Z4 - Auto-Plus/RTL.
- Grand Prix des Marques Automobiles et Prix Agrément & Design et Prix Qualité – Kantar – TNS/Journal de l'Automobile.
- Meilleur parcours client B to B – HCG/L'Usine Nouvelle.

Paris. BMW s'est illustré en montant sur la première place du podium de plusieurs prix annoncés en cette rentrée et à l'occasion du Salon IAA de Francfort.

Vincent Salimon, Président du Directoire de BMW Group France s'honore « de ces prix qui nous confortent dans notre stratégie. BMW se veut être la référence non seulement en performance produit, en qualité technologique mais aussi en relation client. L'innovation tient une place centrale dans la stratégie Number One Next. BMW Group se positionne comme le leader des services Premium à la mobilité et pour cela embrasse une démarche holistique et responsable dans toutes ses activités ».

Trophée de la stratégie industrielle - L'Automobile Magazine.

Pour les 38es Trophées de "L'Automobile Magazine", la rédaction et les lecteurs-internautes ont désigné BMW gagnant de la Stratégie industrielle. Ce trophée souligne la pertinence des choix stratégiques du BMW Group qui a développé un réseau de production flexible et performant composé de 31 sites de production dans 15 pays, au plus près de la demande des marchés.

L'autre pilier de la stratégie industrielle est le développement durable, intégré dans toute la chaîne de création de valeur : des usines qui utilisent déjà 65 % d'énergie renouvelable, à la gamme de voitures thermiques qui émettent toujours moins de Co2 et de NOx jusqu'aux modèles électriques BMW i intégrant des matériaux innovants et recyclables.

Trophée du meilleur Concept-car - Auto-Plus/RTL.

La BMW Z4 Concept a été désignée « Meilleur concept » par les lecteurs de l'hebdomadaire Auto Plus et les auditeurs de RTL invités à voter pour leurs voitures préférées parmi celles présentées à l'IAA 2017.

Ce prototype qui annonce l'arrivée de la nouvelle génération du roadster BMW Z4 l'année prochaine, illustre en outre un nouveau langage stylistique aux côtés du Coupé BMW Série 8 Concept et du BMW X7 Concept et incarne la liberté absolue sur 4 roues.

Grand Prix des Marques Automobiles, prix Agrément & Design et Prix Qualité - TNS Sofres Journal de l'Automobile.

Communication et relations publiques

BMW se réjouit de conserver la première place du GPMA à l'occasion de son 10^{ème} anniversaire et de remporter le prix Agrément & Design et le prix Qualité

L'ADN de motoriste de BMW lui permet de faire la différence avec ses concurrents. Une tradition qui n'empêche naturellement pas la marque de se moderniser, comme le prouvent la diversification de la gamme, notamment avec les modèles électrifiés, l'ergonomie ou la connectivité embarquée. La qualité des voitures est constitutive du succès de la marque depuis toujours et devient encore plus protéiforme qu'auparavant dans l'automobile. Ce prix démontre que la diversification de la gamme est un succès.

Meilleur parcours client B to B – HCG/L'Usine Nouvelle.

The Human Consulting Group (HCG) a réalisé pour la rédaction de L'Usine Nouvelle, le premier palmarès du meilleur parcours client dans l'industrie en B to B. BMW se félicite d'être leader de cette première enquête qui a évalué les divers canaux de contact en B to B. La stratégie digitale, la qualité et la fréquence de mise en ligne de contenus, les interactions avec les clients à travers le site internet et les réseaux sociaux ont permis à BMW de se démarquer, récompensant les investissements importants réalisés par la marque et par le réseau ces dernières années.

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

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 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>