

Communiqué de presse n°2428  
15 décembre 2017

## **Mouvements au sein de la Direction de la Communication de BMW Group France : Pierre-Alexandre Cornillon et Pierre Bedhome sont nommés Responsables Communication Produits.**

**Paris.** À compter de début 2018, la Direction de la Communication de BMW Group France accueillera deux nouveaux membres au sein de l'équipe Communication Produits.

En effet, Patrick Lucas fera valoir ses droits à la retraite à la fin janvier 2018. Il célèbre cette année ses 40 ans de carrière au sein de BMW Group France et a pu accompagner le développement de la filiale française de BMW Group quasiment depuis sa création. Adeline Boinet, quant à elle, a pris la décision de se consacrer dès le début d'année prochaine à un projet personnel en dehors de l'industrie automobile. La Direction de la Communication de BMW Group France tient à les remercier tous les deux chaleureusement pour l'engagement et le professionnalisme dont ils ont fait preuve tout au long des années qu'ils ont passées dans l'entreprise. Nous leur souhaitons un avenir rempli de projets passionnants.

**Pierre-Alexandre Cornillon** succédera à Patrick Lucas à compter du mois de février 2018. Âgé de 30 ans et diplômé d'un Master de l'ESC Clermont-Ferrand, Pierre-Alexandre a débuté sa carrière il y a 7 ans chez BMW Group France en tant que Chef de Produit. Il a ensuite poursuivi son parcours au sein de la société en tant que Responsable Marketing pour les Ventes Entreprises et les Véhicules d'Occasion. Passionné d'automobile et entrepreneur dans l'âme, Pierre-Alexandre pourra compter sur ses connaissances produit approfondies, son goût pour la communication et son expérience chez BMW Group France pour réussir pleinement dans cette nouvelle fonction.

Pierre-Alexandre Cornillon s'occupera principalement de la Communication Produits pour :

- BMW
- BMW M
- BMW Classic
- Technologies

**Pierre Bedhome** succédera à Adeline Boinet à compter du mois de mars 2018. Âgé de 27 ans, Pierre a déjà effectué deux stages chez BMW Group France, dont un au sein de la Direction de la Communication. Diplômé d'un Master de SKEMA Business School, Pierre a ensuite intégré Toyota France en tant que Chargé de Communication Toyota Business Plus puis en tant que Conseiller de Gestion. De retour chez BMW Group France, Pierre pourra mettre à profit dans cette nouvelle fonction sa double passion auto et moto, ainsi que son appétence pour la mobilité individuelle du futur.

Pierre Bedhome s'occupera principalement de la Communication Produits pour :

- MINI
- BMW Motorrad
- BMW i
- Technologies

Pierre-Alexandre Cornillon et Pierre Bedhome reporteront tous les deux à Olivier Wodetzki, Chef du Service Communication Marques, Produits et Technologies.



À compter de début 2018, la Direction de la Communication de BMW Group France sera composée de :

Jean-Michel Juchet  
Directeur de la Communication et des Affaires Publiques

Maryse Bataillard  
Chef du Service Communication Corporate, Relations Publiques et Mécénat

Olivier Wodetzki  
Chef du Service Communication Marques, Produits et Technologies

Pierre-Alexandre Cornillon  
Responsable Communication Produits  
BMW, BMW M, BMW Classic, Technologies

Pierre Bedhome  
Responsable Communication Produits  
MINI, BMW Motorrad, BMW i, Technologies

#### **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.

## 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 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](http://www.bmw.fr)

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

Twitter: [twitter.com/BMWFrance](https://twitter.com/BMWFrance)

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

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

LinkedIn: [https://www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top\\_nav\\_home](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](http://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>