

Communiqué de presse n°2797
28 février 2020

Mouvement au sein de la Direction de la Communication et des Affaires Publiques de BMW Group France.

À compter du 1er mars 2020, Ludovic Leguem est nommé Chef du Service Communication Marques, Produits et Technologies.

Paris. A compter du 1^{er} mars 2020, Ludovic Leguem est nommé Chef du Service Communication Marques, Produits et Technologies. Il succède à Olivier Wodetzki, nommé Chef du Service Marketing Communication pour la marque BMW.

Ludovic a rejoint BMW Group France en 2002 en tant que Chef de Produits. En 2006, il poursuit son parcours au sein de l'entreprise en tant que Formateur Commercial pour les marques BMW et MINI, puis intègre fin 2007 la Direction des Ventes comme Responsable Grands Comptes. En 2010, il est nommé Chef du Service Marketing Produit BMW, fonction qu'il occupera pendant 6 ans, avant d'assumer, à partir de 2016, la fonction de Chef du Service Marketing Communication pour la marque BMW. Âgé de 41 ans, Ludovic est diplômé de Neoma Business School et titulaire d'un Master of Science « Technologie & Management » de l'Ecole Centrale Paris. Grand amateur de gastronomie et de voyages, Ludovic est aussi un passionné de photographie, de design, de cinéma et de musique.

Après 8 années passées au sein de la Direction de la Communication et des Affaires Publiques de BMW Group France, Olivier Wodetzki rejoint le Département Marketing BMW en tant que Chef du Service Marketing Communication. L'entreprise tient à remercier chaleureusement Olivier pour son engagement au cours de ces dernières années et lui souhaite un grand succès dans ses nouvelles fonctions.

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 près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme 15 modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.



BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. 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 dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

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

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, 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 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 307 automobiles et plus de 175,162 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw