



9 décembre 2011  
Communiqué n° 1455

### **BMW France, en coordination avec sa maison-mère BMW AG, inaugure à Paris son premier show-room virtuel pour les voitures d'occasion.**

Pour répondre aux contraintes de places dans les grandes métropoles, BMW a développé une interface permettant à un visiteur en Concession de visualiser les différentes voitures d'occasion disponibles via iPad.

Seul ou accompagné d'un conseiller commercial, dans un espace aménagé à cet effet, chacun peut ainsi passer en revue l'ensemble des voitures d'occasion proposées par un concessionnaire, les visualiser sous plusieurs angles, et obtenir leur fiche descriptive détaillée.

Ainsi, la succursale BMW Paris situé avenue Emile Zola dans le 15<sup>ème</sup> arrondissement peut montrer et proposer les voitures d'occasions physiquement présentes dans les locaux de BMW Paris Vélizy.

Cette possibilité de navigation virtuelle au sein des voitures proposées à la vente, est relayée en vitrine de l'établissement parisien. En effet, un écran tactile reprend les mêmes fonctionnalités que l'interface iPad, et permet de consulter les voitures d'occasion proposées à la vente, 24 heures sur 24 et tous les jours de l'année !

Le visiteur peut alors sélectionner les modèles qui l'intéressent et les faire suivre sur son adresse e-mail et celle d'un conseiller commercial de la Concession. Une fois la sélection opérée, un rendez-vous est pris afin de voir et essayer la voiture d'occasion choisie.

Cette interface, développée par une équipe française, sera très prochainement disponible à Tokyo et Saint-Pétersbourg, puis dans de nombreuses villes de l'hexagone dès 2012.

#### **Jean Michel Juchet**

Directeur de la communication  
BMW Group France  
Tél : +33.1.30.43.94.34  
E-Mail: jean-michel.juchet@bmw.fr

#### **Jordane de Tyssandier**

Communication corporate  
BMW Group France  
Tél : +33.1.30.43.93.23  
E-Mail : jordane.de-tyssandier@bmw.fr

#### **BMW Group**

BMW Group, avec ses trois marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est une entreprise de dimension mondiale avec 24 sites de production implantés dans 13 pays différents et un réseau de vente présent dans plus de 140 pays. BMW Group, leader sur le segment Premium du marché automobile, a vendu près de 1,46 millions d'automobiles et plus de 98 000 motos en 2010. Le BMW Group emploie 96 000 personnes. Le succès économique de BMW Group repose sur une vision à long terme et une action responsable. L'entreprise a inscrit dans sa stratégie la durabilité économique et sociale tout au long de sa chaîne de création de valeur, la pleine responsabilité du constructeur vis-à-vis des produits et l'engagement à préserver les ressources fossiles. Ces efforts sont récompensés puisque BMW Group figure depuis six ans en tête des constructeurs automobiles dans le Dow Jones Sustainability Index.

**BMW Group 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 France emploie 399 salariés sur l'ensemble de ses sites. Son réseau de distribution emploie 3524 collaborateurs sur 177 sites de vente BMW et 112 sites MINI, dont sa succursale BMW Distribution qui emploie 144 collaborateurs sur trois sites. En 2010, BMW Group France a immatriculé 64.098 unités, dont 46.074 BMW, 18.007 MINI et 8736 motos. Depuis plus de 25 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique à travers sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France.