

21 mars 2012

Communiqué de presse n° 1501

## **BMW i s'expose au salon du « luxe durable » 1.618.**

**Paris.** Du 29 mars au 1<sup>er</sup> avril 2012, BMW Group France exposera au salon 1.618 les deux concepts révolutionnaires de sa nouvelle marque BMW i, les BMW i3 Concept et BMW i8 Concept, à la Cité de la Mode et du Design à Paris.

1.618 est un salon d'un tout nouveau genre qui propose une approche différente du développement durable associé à une vision du nouveau luxe. Partant du principe que l'intégration du développement durable est la clé de distinction entre le luxe qui s'inscrit dans le XXI<sup>ème</sup> siècle et celui qui reste attaché aux modes de pensées du XX<sup>ème</sup> siècle, 1.618 crée un espace de rencontres entre l'industrie créative et les nouvelles attentes des consommateurs, dont la demande pour un « luxe durable » croît plus vite que jamais.

Pensée comme une nouvelle conception de la mobilité premium intégrant les problématiques de développement durable à tous les niveaux, BMW i s'inscrit parfaitement dans la démarche créative et innovante du salon 1.618. Les deux concepts BMW i3 Concept et BMW i8 Concept y seront présentés comme l'interprétation visionnaire de la mobilité de demain selon BMW Group. Construits autour de motorisations tout électrique (BMW i3 Concept) ou hybride rechargeable (BMW i8 Concept), ces modèles préfigurent des modèles de série éco-responsables qui seront commercialisés dès 2013. BMW i répond ainsi en tous points aux critères créatifs, éthiques, esthétiques et exemplaires qui guident l'inspiration de cet événement unique, et participe à sa façon à redéfinir le luxe de demain.

### **BMW i3 Concept et BMW i8 Concept.**

Légèreté, autonomie maximale, sécurité, espace et qualités routières sont les maîtres mots des modèles BMW i3 Concept et BMW i8 Concept.

La BMW i3 Concept, d'abord connue sous le nom de Megacity Vehicle, est la première voiture de série tout électrique de BMW Group. Destinée à l'environnement urbain, elle est parfaitement adaptée aux exigences d'une éco-mobilité zéro émission et incarne une manière intelligente de se déplacer en ville ou de faire la navette en région périurbaine.

BMW i8 Concept, une sportive de la toute dernière génération, est une voiture hybride rechargeable unique en son genre, qui offre une expérience de conduite exceptionnelle tout en se contentant d'une consommation et d'émissions minimales dans le respect du développement durable.

## **Concept LifeDrive – une architecture automobile innovante.**

Contrairement à l'approche « de conversion » (véhicule électrique décliné à partir d'un véhicule à moteur thermique), BMW Group, avec le Concept LifeDrive, imagine de nouveaux modèles exclusivement conçus pour fonctionner avec des moteurs électriques ou hybrides. Spécificité du Concept LifeDrive, les voitures comportent deux unités séparées, soit horizontalement, soit verticalement. Les modules Life en PRFC constituent l'habitacle, alors que les modules Drive regroupent toutes les fonctionnalités importantes pour la conduite.

Sur la BMW i3 Concept, l'accumulateur d'énergie électrique est intégré dans le soubassement de la voiture (module Drive) et l'habitacle vient le coiffer par-dessus (module Life). Cette disposition révèle un espace intérieur inédit et offre des solutions innovantes comme une banquette avant continue. Sur la BMW i8 Concept, l'architecture LifeDrive est rigoureusement adaptée au caractère sportif de la voiture. Les deux moteurs logés sur les modules de l'essieu avant et de l'essieu arrière sont reliés par « la quille d'énergie », qui abrite l'accumulateur haute tension (module Drive). Le centre de gravité du véhicule, ainsi abaissé, favorise son comportement dynamique.

## **BMW pense plus loin.**

BMW i intègre également pour la première fois une gamme de services de mobilité utilisables hors du véhicule. Le constructeur a imaginé des solutions optimisant le stationnement, des systèmes de navigation intelligents offrant des informations locales, le planning d'itinéraire intermodal ainsi que « Drive Now », premier service d'autopartage premium.

## **Le développement durable au cœur de BMW i.**

Depuis les années 1970, la réflexion et l'action de BMW Group sont indissociables d'une logique de développement durable. Pour BMW i, l'ambition de BMW est de respecter ce principe sur toute la chaîne de création de valeur, dès les phases de stratégie et de conception. Du service Achats au service Ventes en passant par les services Étude, Développement et Production, tous les acteurs ont intégré les trois piliers du développement durable (environnemental, économique et social).

## **Le marché français prometteur pour l'électrique.**

BMW Group France mise sur la marque BMW i pour maintenir la croissance de ses ventes dans les années à venir et positionner BMW comme l'un des pionniers de l'électro-mobilité en France. BMW Group avait choisi la France dès décembre 2010 pour ses expérimentations électro-mobiles avec les flottes de MINI E auprès de particuliers et d'entreprises, aux côtés de ses partenaires MEDDTL, Mairie de Paris, EDF, Veolia, etc... Les expérimentations continueront sous leur aspect technique à partir d'avril 2012 avec la BMW Active E.

Pour plus d'informations, merci de contacter le Département Communication :

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

Olivier Wodetzki  
Communication Produits et Technologies  
BMW Group France  
Tél : +33.1.30.43.92.75  
E-Mail : olivier.wodetzki@bmw.fr

### **BMW Group**

BMW Group, avec ses trois marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est une entreprise de dimension mondiale avec 25 sites de production implantés dans 14 pays différents et un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2011, BMW Group, leader sur le segment Premium du marché automobile, a vendu 1,67 millions d'automobiles et plus de 113 000 motos. Le résultat avant impôts de l'année 2010 s'est établi à plus de 4,8 milliards d'euros, le chiffre d'affaires à environ 60,5 milliards d'euros. Au 31 décembre 2010, BMW Group employait 95 500 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 sept 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 389 salariés sur l'ensemble de ses sites. Son réseau de distribution emploie plus de 3500 collaborateurs sur 175 sites de vente BMW et 112 sites MINI, dont sa filiale BMW Distribution qui emploie 144 collaborateurs sur trois sites.

En 2011, BMW Group France a immatriculé 68.007 unités automobiles, dont 46.305 BMW, 21.702 MINI plus 10.103 motos. Depuis plus de 26 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique à travers sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France.