

Communiqué de presse n° 1670
5 avril 2013

BMW Group partenaire automobile de l'exposition « de Gaulle-Adenauer : les bâtisseurs de l'amitié franco-allemande » souhaite la bienvenue au Premier Ministre Jean-Marc Ayrault lors de l'inauguration à Munich, ce samedi 6 avril 2013.

L'année 2013 marque le cinquantième anniversaire de la réconciliation entre la France et l'Allemagne. Cette commémoration entend rendre hommage au premier des couples franco-allemands, explorer cinquante ans de relations franco-allemandes à tous les niveaux (diplomatiques, mais aussi culturels, éducatifs, économiques et locaux) et souligner l'importance de la coopération franco-allemande pour l'avenir de l'Europe.

À l'heure où le couple franco-allemand apparaît plus que jamais comme le socle de l'avenir de l'Europe, il est nécessaire de rappeler que la coopération entre la France et l'Allemagne s'est d'abord construite sur l'impérieuse nécessité d'une réconciliation. C'est pourquoi, à l'occasion du 50ème anniversaire du traité de coopération franco-allemand, ou «Traité de l'Elysée », signé par le Général de Gaulle et le chancelier Konrad Adenauer le 22 janvier 1963, la Fondation Charles de Gaulle et la Fondation de la Maison du chancelier Adenauer ont conçu un programme commémoratif d'envergure sous la forme d'une «saison mémorielle».

BMW Group, soutient cette initiative et est partenaire de l'exposition itinérante « Adenauer – de Gaulle : les bâtisseurs de l'amitié franco-allemande ».

Profondément implanté en France, BMW Group effectue un volume annuel d'achats auprès des équipementiers et fournisseurs français qui se chiffre en milliards d'Euros. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo ainsi que la coopération avec PSA pour le développement et la production de moteurs.

Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et introduira dès 2013 la révolutionnaire BMW i3 et d'inédits services à la mobilité urbaine. L'exposition publique « BMW i. Née électrique » ouverte du 4 au 7 avril au Palais de Tokyo à Paris témoigne de l'approche révolutionnaire de la marque pour la mobilité urbaine et durable.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 28 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), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

L'inauguration de l'exposition dans la ville de Munich aura lieu le 6 avril 2013 en présence du Premier Ministre Jean-Marc Ayrault et de l'Ambassadeur de France en Allemagne.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Jean-Michel Juchet

BMW France
Directeur de la Communication
Tél : +33.6.86.18.23.33
jean-michel.juchet@bmw.fr

Jordane de Tyssandier

BMW France
Corporate Communications
Tél : +33.1.30.43.93.23
jordane.de-tyssandier@bmw.fr

Les communiqués de presse, dossiers et photos sur l'actualité BMW Group sont consultables et téléchargeables sur le site Press Club :

www.press.bmwgroup.com

Facebook: <https://www.facebook.com/BMWFrance>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

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

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 environ 5.000 salariés en France. En 2012, BMW Group France a immatriculé 69.528 automobiles des marques BMW et MINI et 11.043 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 1,6l est un grand succès.

Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et introduira dès 2013 la révolutionnaire BMW i3 et d'inédits services à la mobilité urbaine. Le groupe français Schneider Electric est fournisseur et installateur international des bornes de recharge BMW i.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 28 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), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1^{er} janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group

BMW Group, avec ses marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est une entreprise de dimension mondiale avec 25 sites de production et de montage implantés dans 14 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 en 2012 près de 1,85 millions d'automobiles et plus de 117.000 motos. Pour l'année 2011, le résultat avant impôts s'est monté à 7,38 milliards d'euros, le chiffre d'affaires à 68,82 milliards d'euros. Au 31 décembre 2011, BMW Group employait un peu plus de 100.000 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 pour la huitième année consécutive en tête des constructeurs automobiles dans le Dow Jones Sustainability Index.