

Communiqué de presse n°1888
19 décembre 2014

Victor Dubuisson rejoint le cercle des premiers possesseurs de la BMW i8.

Le 17 décembre dernier, le joueur international de golf professionnel français, Victor Dubuisson, actuel n°1 français et 5ème du circuit professionnel européen, a pris possession de sa BMW i8, le nouveau modèle hybride rechargeable grand tourisme de la marque BMW i.

Paris/Toulouse. C'est dans la concession BMW de Toulouse en présence de Serge Naudin, Président du Directoire de BMW Group France et de Roland Pelras, Concessionnaire BMW, que le jeune champion est venu découvrir et prendre en main son modèle de rêve après une très belle saison de golf terminée en apothéose à la Ryder Cup de Gleneagles, en Ecosse.

Victor Dubuisson est décidément un sportif tourné vers l'avenir, puisqu'à 24 ans, il occupe non seulement la place de N° 5 européen, mais il marque aussi sa sensibilité et sa volonté de respecter l'environnement.

En effet, la BMW i8, modèle futuriste permet de circuler en mode électrique en ville et déploie sa formidable puissance sur route ouverte ou circuit fermé.

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :

BMW France

Maryse Bataillard
Communication Corporate
Tél : +33 (0)1 30 43 93 23
Email : maryse.bataillard@bmw.fr

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél: +33 (0)1 30 43 94 34
E-mail : Jean-Michel.Juchet@bmw.fr

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 2013, BMW Group France a immatriculé 65.841 automobiles des marques BMW et MINI et 10.317 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 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit en novembre 2013 la révolutionnaire BMW i3.

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.

Entreprise
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Adresse
BMW AG
80788 Munich
Allemagne

Téléphone
+49 89 382 24118

Internet
www.bmwgroup.com

Communiqué de presse

Date 19 décembre 2014

Objet

Page 2

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le leader mondial des constructeurs d'automobiles et de motos Premium. Le Groupe offre également un ensemble de services de financement et de mobilité Premium. BMW Group possède 30 sites de production implantés dans 14 pays différents et dispose d'un réseau de vente mondial présent dans plus de 140 pays.

Lors de l'exercice 2013, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total de 1,963 million d'automobiles et plus de 115 215 motos à l'échelle mondiale. Avec un chiffre d'affaires de 76,06 milliards d'euros, l'entreprise a réalisé un résultat avant impôts de 7,91 milliards d'euros en 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés à travers le monde.

Depuis toujours, le succès de BMW Group s'est bâti 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

Facebook : <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

Google+ : <http://googleplus.bmwgroup.com>