



Communiqué de presse n°1901

29 Janvier 2015

### Daniel Motos à Bastille: nouveau flagship store BMW Motorrad à Paris.

**Le Président Monde de BMW Motorrad Stephan Schaller inaugure le nouveau site en compagnie du concessionnaire Axel Vilaseca.**

**Paris** – Depuis plus de 90 ans, BMW Motorrad crée des produits innovants pour offrir aux amateurs de scooters et aux passionnés de motos, des équipements et des expériences uniques. Le 28 janvier 2015, BMW Motorrad, la division moto de BMW Group, inaugurait le nouveau flagship store BMW Motorrad de Daniel Motos dans le quartier historique de la Bastille dans l'est parisien. Cette inauguration coïncide avec le nouveau positionnement de marque de BMW Motorrad avec la campagne MAKE LIFE A RIDE.

Partie intégrante du standard de commercialisation Future Retail, le nouveau showroom de Daniel Motos propose une expérience de marque à 360° pour tous les amateurs de scooters et les passionnés de motos. M Axel Vilaseca, Directeur Général du Groupe Chapat, a investi 1.7 million d'euros dans ce nouveau point de vente sur le boulevard Beaumarchais. En complément, le site de l'avenue Vellefaux situé à proximité reste dédié à l'après-vente, à la restauration de BMW classiques et à la customization des motos de la marque.

L'ouverture de ce nouveau magasin est un parfait exemple du programme de restructuration entrepris dans tout le réseau BMW Motorrad en France avec l'intégration de nouveaux standards d'identité visuelle.

“Nous sommes très heureux de présenter nos motos et nos scooters BMW au cœur de Paris dans cet environnement privilégié. Dans le cadre de notre stratégie de distribution nous voulons établir de nouveaux standards Premium dans le monde de la moto.”, déclare Stephan Schaller, président monde de BMW Motorrad.

M Vilaseca indique qu'il a été motivé pour investir dans ce nouveau point de vente par la force, le dynamisme et le développement de la marque BMW Motorrad.

« On peut constater un très fort développement de BMW Motorrad en France et les résultats des ventes atteignent des niveaux records année après année. L'image de BMW Motorrad devient plus forte chaque année. Je crois personnellement dans les produits et dans la marque, et dans une perspective d'investissement, je suis convaincu que le plan d'élargissement de l'offre des produits dans un avenir proche nous donne une formidable opportunité de maximiser notre investissement.

Le fait que BMW Motorrad se concentre également sur le style de vie autour de la moto, plutôt que seulement l'excellence de l'ingénierie et de la technologie, rend le projet particulièrement excitant », ajoute Axel Vilaseca.

L'ouverture de Daniel Motos, véritable flagship store de BMW Motorrad à Bastille est également une illustration parfaite de la nouvelle campagne « MAKE LIFE A RIDE ».

Cette nouvelle campagne représente les valeurs de BMW Motorrad qui aspirent à montrer une attitude positive et active vis-à-vis de la vie en général et de la moto en particulier. Cette attitude se démarque par l'optimisme, l'assurance, la détermination et la responsabilité.

« Nous devons inscrire BMW Motorrad dans un style de vie car c'est bien plus qu'une marque de motos. Nous voulons que nos clients actuels et futurs puissent trouver du bonheur en pilotant nos machines. « MAKE LIFE A RIDE » est notre promesse. Nos points de vente comme Daniel Motos doivent offrir cette expérience de marque unique. » ajoute Marcel Driessen, directeur de BMW Motorrad France.

Marcel Driessen insiste également sur le fait que les clients attendent aujourd'hui des Concessions BMW Motorrad proposant un lieu pour partager leur passion et leurs centres d'intérêt. Un espace où ils pourront se retrouver et où ils pourront sentir l'enthousiasme autour

de la marque : pas seulement des motos et des scooters, mais aussi des produits lifestyle, des équipements du pilote, des accessoires, des stages de pilotage, des voyages et des événements particuliers. C'est pourquoi BMW Motorrad organise des événements tels que le GS Trophy ou les BMW Motorrad Track Days.

Avec cinq nouveaux modèles lancés en 2015, BMW Motorrad continue d'étendre son offre. La nouvelle F 800 R, la toute nouvelle R 1200 R et la S 1000 RR entièrement revue sont d'ores et déjà disponibles en Concession. Au printemps, BMW Motorrad lancera la nouvelle R 1200 RS et l'extraordinaire S 1000 XR qui inaugure le segment « Adventure Sport » dans la gamme.

L'inauguration du flagship store de Bastille coïncide avec la croissance continue de BMW Motorrad et l'augmentation de ses parts de marché. En 2014, la marque atteint un nouveau record historique de ventes pour la quatrième année consécutive. Avec 123.495 unités, BMW Motorrad a produit et livré plus de motos et de scooters en 2014 que jamais auparavant. Cela correspond à une progression de 7.2% comparé à 2013.

En France, BMW Motorrad progresse également avec une part de marché qui atteint 14.4% sur le segment des plus de 500cc et un volume total de 11.638 immatriculations. Cela correspond à un plus de 12.8% par rapport à 2013. BMW Motorrad devient ainsi la seconde marque sur le marché des plus de 500cc en 2014 !

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :

### **BMW Group France**

Patrick Lucas

Chef du Service Presse Produit

+33 (0)1 30 43 93 53 – [patrick.lucas@bmw.fr](mailto:patrick.lucas@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 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 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 les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

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 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 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.

### **BMW Group**

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, 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 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2,118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,91 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 76,06 milliards d'euros pour l'exercice financier 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit 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.

<http://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/>