

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2075
31 mars 2016

BMW doublement distingué à la 1^{ère} édition des « Trophées Business de l'Année » de Kilomètres Entreprises.

Paris. Devant la complexification de l'offre Entreprises chez les constructeurs automobiles, Kilomètres Entreprise a créé les « Trophées Business de l'Année » récompensant les propositions les plus pertinentes selon les critères de choix des gestionnaires de flotte. Dès cette première édition 2016, BMW a été distingué à deux reprises dans la catégorie « Monospace Business 2016 » avec la BMW Série 2 Gran Tourer et dans la catégorie « Berline Haut de Gamme 2016 » avec la BMW Série 7.

Parmi 69 prétendantes répondant à différents besoins, le jury des « Trophées Business de l'Année », composé de membres de la rédaction de Kilomètres Entreprises, a récompensé 9 modèles dans les catégories suivantes :

- Citadine Business
- Polyvalente Business
- Crossover Compacts Business
- Compacte Business
- Crossover SUV Business
- Routière Business
- Berline Haut de Gamme
- SUV Haut de Gamme
- Monospace Business

Commercialisée depuis juin 2015, la BMW Série 2 Gran Tourer a remporté le titre de « Monospace Business 2016 » grâce à ses 7 places de série, son ergonomie soignée, son dynamisme et son rapport prix / équipements avantageux dès le premier niveau de finition. Lors de la remise du trophée, Aymeric Scheidecker, Directeur des Ventes aux Entreprises BMW Group France, a déclaré : « Ce trophée récompense un pari puisqu'il s'agit de la première traction à vocation familiale chez BMW. »

Vaisseau amiral de la marque BMW, la BMW Série 7 a été distinguée en tant que « Berline Haut de Gamme 2016 » face à quatre concurrentes. Sa technologie de pointe, dont certains équipements disponibles dès le premier niveau de finition, a convaincu le jury en termes d'innovation, de confort et de coût d'utilisation. La BMW 730d dotée d'une motorisation 6 cylindres Diesel de 265 ch et rejetant seulement 119 g/km de CO₂ (selon la norme NEDC) apparaît comme le modèle incontournable de la gamme pour les chefs d'entreprise en attendant la commercialisation dès cet été de la version hybride rechargeable BMW 740e (2,1 l/100 km et 49 g/km de CO₂ selon la norme NEDC). Ludovic Leguem, Chef du Service Planification Marketing et Produit BMW, a déclaré : « Historiquement la BMW Série 7 a toujours été innovante et cette BMW Série 7 est peut-être la plus innovante de l'histoire avec treize premières mondiales. »

Communication et relations publiques

Pour plus d'informations, veuillez-vous adresser à :

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

Adeline Boinet
Communication Produits
Tél: +33 (0)1 30 43 93 78
E-mail : adeline.ab.boinet@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 plus de 5.000 salariés en France. En 2015, BMW Group France a immatriculé 76.077 automobiles des marques BMW et MINI et 12.456 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 musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis plus de 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 2015, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 247 485 automobiles et près de 137 000 motos. En 2015, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,22 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 444 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.

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>