

Communiqué de presse 2088
10 mai 2016

BMW et American Express lancent la Carte Platinum American Express signée BMW une première dans le segment automobile Premium en France.

Paris – Pour la première fois en France, American Express s’associe à une marque automobile Premium et créé une carte de paiement dédiée, avec des services et privilèges associés, pour les clients de la nouvelle BMW Série 7. Une nouvelle étape dans la collaboration entre les deux marques, pour qui l’excellence du service et l’expérience client sont une priorité, qui permet à chacune d’élargir son offre de services Premium et de développer des expériences complémentaires et sur-mesure.

Avec la nouvelle carte Platinum American Express signée BMW, les nouveaux clients BMW Série 7 bénéficieront :

> des avantages exclusifs liés à ce partenariat

- la garantie constructeur étendue à 3 ans (au lieu de 2 ans)
- la cotisation de la Carte Platinum offerte pendant 2 ans par BMW France
- 50.000 points Membership Rewards permettant d’accéder par exemple à un aller-retour Paris-New York.

> des privilèges réservés aux porteurs de Carte Platinum American Express

- un accès au Service Concierge American Express, 24h/24 et 7j/7
- un service voyage sur-mesure avec un accès à plus de 700 salons privés d’aéroports dans plus de 120 villes dans le monde,
- des accès exclusifs aux spectacles et restaurants les plus demandés avec le programme « Fine-Dining » qui permet de réserver le jour même une table d’un grand chef étoilé.

Serge Naudin, Président du Directoire de BMW Group France, se réjouit de ce partenariat : « Nous avons toujours fait le choix de l’excellence. Le partenariat avec American Express s’inscrit dans cette volonté de valorisation et de reconnaissance du client, en lui offrant toujours plus d’émotion, de services exclusifs et d’innovation ».

Pour Caroline Gaye, Directeur Général d’American Express Carte France « ce partenariat avec BMW est une nouvelle étape logique dans notre relation avec BMW, avec qui nous partageons des valeurs fortes d’excellence et de service, notamment pour nos clients premium. ».

Ces privilèges viennent compléter la gamme de Services Premium proposés par BMW. Avec son programme « Future Retail », BMW a ainsi conçu un accompagnement personnalisé du client à travers tout son parcours d'achat, grâce à un accueil repensé en concession et des services connectés avec le programme embarqué ConnectedDrive.

Les fonctions conciergerie 24h/24 et 7j/7 et le service d'appels d'urgence sont déjà accessibles en option depuis de nombreuses années à tout conducteur BMW.

Pour chaque client de la nouvelle BMW Série 7, commercialisée depuis novembre 2015, BMW France met de plus à disposition un assistant personnel, le « Butler », répondant aux demandes individuelles, grâce à l'exploitation judicieuse des données du véhicule transmises par le système ConnectedDrive. L'assistant personnel anticipe les besoins de maintenance du véhicule, prend l'initiative de contacter le client pour convenir d'un rendez-vous dans sa concession préférée et organise, à la convenance du client, un service « pick-up & delivery » à domicile.

Pour plus d'informations sur les conditions de ce partenariat, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Communication Corporate
BMW Group France
Tel : + 33 1 30 43 93 23
E-mail : maryse.bataillard@bmw.fr

Anne Barthélemy
Communication American Express
Tel : + 33 1 53 00 11 92
E-mail :
anne.barthelemy@agencebabel.com

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>

American Express

American Express Company est un groupe international présent dans le voyage et les services financiers. Fondé en 1850, il occupe des positions de premier plan dans les cartes de paiement et de crédit, les chèques de voyage, le voyage et les produits d'assurance.

American Express est à la fois un réseau d'acceptation et la première société non bancaire émettrice de cartes de paiement au monde, en termes de nombre de cartes (plus de 112 millions de cartes en circulation) et de montant de dépenses (1 023 milliards de dollars) – chiffres à fin 2014. www.americanexpress.fr