

Media Information

Date 8 September 2016

Subject BMW Group once again sector leader in the Dow Jones Sustainability Index.

Page 1

BMW Group est à nouveau en tête de son secteur dans l'Indice de développement durable « Dow Jones Sustainability Index ».

Le constructeur automobile le plus durable au monde en 2016.

Munich, le 8 septembre 2016. BMW Group se distingue à nouveau comme le constructeur automobile le plus performant au monde en termes de développement durable au classement publié par RobecoSAM AG pour les indices DJSI (Dow Jones Sustainability Indexes). Parmi les trois constructeurs automobiles cités dans ce palmarès, BMW Group est également le seul à y figurer systématiquement chaque année depuis 1999.

« BMW Group célèbre cette année son 100ème anniversaire. Le développement durable représente une part importante de notre identité et de notre stratégie. Au cours de ces dernières années, nous avons déjà beaucoup accompli et continuons de nous fixer des objectifs concrets pour demain. Nous sommes ravis d'être à nouveau nommés en tête du secteur dans l'Indice Dow Jones Sustainability Index. Cette consécration montre que nos activités continuent d'avoir un impact et que nous sommes sur la bonne voie », a déclaré Ursula Mathar, Responsable Sustainability & Environmental Protection de BMW AG.

Le développement durable est solidement ancré dans la stratégie et la culture d'entreprise de BMW Group qui, en 2001, a rejoint le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), le Pacte mondial des Nations Unies et la Déclaration internationale pour une production plus propre. BMW Group était également le premier constructeur automobile à nommer un responsable environnement en 1973. Aujourd'hui, le Comité de Développement Durable, qui regroupe tous les membres du Directoire, détermine l'orientation stratégique de l'entreprise en matière de développement durable et fixe des objectifs contraignants.

BMW Group adopte une approche holistique en appliquant des principes de durabilité à toute la chaîne de valeur. Outre la réduction des émissions de CO₂, sa stratégie prévoit d'améliorer constamment d'autres aspects comme la protection de l'environnement au sein de l'entreprise, l'impact environnemental de la chaîne d'approvisionnement, l'orientation des employés et l'engagement social.

Media Information

Date 8 September 2016

Subject BMW Group once again sector leader in the Dow Jones Sustainability Index.

Page 2

Entre 1995 et 2015, BMW Group est parvenu à réduire de 40 % les émissions de CO₂ de ses nouveaux véhicules vendus en Europe (EU 28). En 2015, son taux moyen d'émission de CO₂ en Europe (EU 28) s'établissait à 127 g/km, et à 147 g/km dans le monde. L'expansion systématique des motorisations alternatives dans la flotte BMW, combinée à des services à la mobilité innovants, contribue largement à ce progrès.

Depuis juillet 2016, les gammes de BMW Group compte sept modèles qui ont une motorisation soit 100% électrique, comme la BMW i3, soit mixte, les hybrides rechargeables qui combinent un moteur conventionnel et un moteur électrique, - une évolution qui illustre clairement l'engagement de l'entreprise en faveur de la mobilité durable.

BMW Group entend être un leader dans l'utilisation de l'énergie renouvelable tant dans sa production que la création de valeur. 58 % de l'électricité achetée par BMW Group dans le monde provient déjà de sources renouvelables. Par exemple, l'entreprise exploite quatre éoliennes sur son site de Leipzig, qui fournissent l'intégralité de l'énergie utilisée pour la production de la BMW i3 et de la BMW i8. De même, son site américain de Spartanburg, en Caroline du Sud, utilise du méthane issu d'un site d'enfouissement voisin qui génère jusqu'à 50 % de l'énergie nécessaire à la production.

En 2015, BMW Group est devenu le premier constructeur automobile d'Europe à utiliser des camions électriques de 40 tonnes pour le transport de matériaux sur le réseau routier public.

Le groupe entend également renforcer fortement la transparence et l'efficacité de l'utilisation des ressources sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement d'ici 2020. A cet égard, près de 1900 fournisseurs ont été évalués pour la première fois en 2015 sur la base d'un questionnaire consacré au développement durable spécifique à l'industrie. Ces évaluations concernent tous les fournisseurs nommés, potentiels et actifs.

La formation des employés fait également partie des grandes priorités de BMW Group. En 2015, l'entreprise a investi 352 millions d'euros dans de nouveaux programmes d'éducation et de formation, et embauché plus de 1500 apprentis dans le monde entier. Près de 4700 jeunes

Media Information

Date **8 September 2016**

Subject **BMW Group once again sector leader in the Dow Jones Sustainability Index.**

Page **3**

participent actuellement à des programmes de formation et de développement des talents au sein de BMW Group, dont plus de 3800 en Allemagne.

Depuis de nombreuses années, BMW Group s'attache également à promouvoir l'échange interculturel, tant au sein de l'entreprise qu'à l'extérieur. En collaboration avec l'Alliance des civilisations des Nations Unies, le groupe décerne le Prix de l'innovation interculturelle à des projets exemplaires dans ce domaine.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

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

Maryse Bataillard
Communication Corporate
Tel : + 33 1 30 43 93 23
E-mail : maryse.bataillard@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'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 1^{er} 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 31 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>