

Communications et relations publiques

Communiqué de Presse n° 2247

22 février 2017

La ministre du Travail Myriam El Khomri et son homologue allemande Andrea Nahles visitent l'usine BMW Motorrad de Berlin.

Focus sur la digitalisation du travail et l'industrie 4.0

La sécurité, la santé et la formation au cœur de la transformation du travail des collaborateurs de BMW Motorrad.

Plusieurs projets concrets déjà mis en place sur le site phare de BMW Motorrad à Berlin.

Berlin - La ministre française du Travail, Myriam El Khomri, et son homologue allemande Andrea Nahles ont été reçues ce mardi sur le site de BMW Motorrad à Berlin par Milagros Caiña-Andree, membre du Directoire de BMW AG en charge des ressources humaines, et Marc Sielemann, Directeur de la production de BMW Motorrad.

A cette occasion, les deux ministres ont pu se faire une image concrète de la digitalisation de la production et de l'organisation du travail au sein de BMW Group. La digitalisation est l'un des facteurs-clefs de la mobilité du futur et du succès de BMW Group dans les années à venir. Par conséquent, l'engagement du groupe dans ce domaine innovant porte aujourd'hui non seulement sur ses produits, mais aussi sur ses processus internes.

La digitalisation, un gain essentiel pour les collaborateurs en termes de sécurité et de santé.

L'un des principaux apports de la digitalisation est de permettre un meilleur contrôle de la qualité tout au long du cycle de production, mais aussi de faciliter le travail physique des collaborateurs. Plusieurs technologies connectées de l'Industrie 4.0 ont ainsi déjà été mises en place dans ce sens sur le site Motorrad de Berlin.

Par exemple, les premiers trains de route autonomes fonctionnant avec des signaux laser assurent déjà l'approvisionnement en pièces entre la chaîne de montage et la logistique, facilitant considérablement le travail quotidien des collaborateurs.

Un contrôle qualité par caméras est également assuré par des robots collaboratifs, qui prennent en charge des tâches physiquement difficiles et qui peuvent détecter des erreurs, même minimes. Un chariot projecteur assiste aussi l'équipe logistique dans l'assemblage grâce à des points lumineux qui, pour chaque sorte de composants, signalent où trouver la bonne pièce et où la stocker.

BMW investit dans la formation digitale de ses collaborateurs

Aujourd'hui le monde du travail est déjà profondément modifié avec l'arrivée de la digitalisation. La question de la qualification et de la formation des collaborateurs devient donc essentielle pour accompagner au mieux cette tendance de fond.

« Notre plus grand facteur de succès est et restera nos collaborateurs. Aucune machine n'est aujourd'hui en mesure de remplacer les compétences de nos employés ou d'évaluer aussi bien la qualité de nos véhicules et de nos motos en adoptant le point de vue du client. Mais il est clair que nous avons besoin de développer leurs compétences pour réussir dans la mobilité du futur », a indiqué **Milagros Caiña-Andree**.

« Nous donnons à nos collaborateurs les moyens de relever les défis de l'avenir. Depuis 2010 nous avons investi plus de 2 milliards d'euros dans la formation, dont 350 millions l'an dernier. Les qualifications qui se révéleront importantes dans le futur sont avant tout la maîtrise des technologies digitales », a ainsi souligné **Marc Sielemann**. « Aujourd'hui, nous embauchons déjà plus de spécialistes IT que de conducteurs de machines », a-t-il précisé.

Berlin, première usine de la marque BMW Motorrad dans le monde

Avec plus de 2 000 collaborateurs, l'usine de BMW Motorrad à Berlin est le premier employeur industriel de la capitale allemande, ainsi que la principale usine de BMW Motorrad dans le monde depuis 1969. Le site a produit en 2016 plus de 145 000 motos et scooters pour le marché mondial. A pleine cadence, elle peut produire une moto toutes les 65 secondes, soit 800 unités par jour.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

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

Maryse Bataillard
Chef du Service 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 2016, BMW Group France a immatriculé 85 697 automobiles des marques BMW et MINI et 13 603 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 l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie, Paris Photo. 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), et 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 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2016, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 367 603 automobiles et plus de 145 000 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>