

Communiqué de presse n°2734
19 septembre 2019

BMW remporte le Grand Prix des Marques Automobiles 2019, pour la 4^{ème} année consécutive, ainsi que les Prix Produit et Innovation.

- **1^{er} prix du podium du Grand Prix des Marques Automobiles**, réalisé par Kantar et le Journal de l'Automobile, qui récompense la marque qui a généré le plus fort attachement client.
- **Prix Produit** qui regroupe cette année les dimensions d'Agrément & Design et Qualité produit.
- **Prix Innovation** : ce nouveau prix évalue la capacité de la marque à innover sur les nouveaux concepts de véhicules et de points de vente.

Paris. Pour la 4^{ème} année consécutive, BMW arrive en tête du classement général du sondage « Car 360° » réalisé par Kantar et le Journal de l'Automobile auprès de plus de 2000 possesseurs d'une voiture âgée de moins de 8 ans, achetée neuve ou d'occasion.

Vincent Salimon, Président du Directoire de BMW Group France se félicite de cette 1^{ère} place sur le Podium : « La régularité avec laquelle notre marque BMW se place en tête de cette étude montre la pertinence de notre stratégie qui place le client au cœur de toutes nos activités. Nous créons une émotion et une expérience unique pour nos clients, à travers le design, la connectivité embarquée, l'innovation dans nos produits mais aussi dans notre réseau. Le travail et la qualité de notre réseau de Concessionnaires associé à la performance de nos équipes font la différence, plaçant le choix et la satisfaction client au premier rang de leurs priorités. »

BMW obtient, comme les années précédentes, d'excellents scores en matière de performance mais aussi de préférence de marque. Cette prouesse de la marque reflète la très bonne évaluation des automobilistes sur l'ensemble des dimensions étudiées, notamment sur la qualité et le design des modèles et sa capacité à innover, deux autres prix remportés par BMW cette année.

BMW reçoit également le **Prix Produit 2019** grâce aux facteurs de succès historiques de la marque : le design et la qualité de ses modèles. BMW se démarque nettement sur les dimensions telles que la robustesse de la carrosserie, la performance des moteurs et la qualité de l'intérieur. Les clients BMW mettent également en avant l'agrément de conduite et la fiabilité mécanique.

BMW remporte aussi le nouveau **Prix Innovation 2019** en se démarquant nettement de sa concurrence sur sa capacité à innover sur les nouveaux concepts de véhicules comme en témoignent les deux concept cars montrés au Salon IAA de Francfort : la BMW Concept 4 qui développe le nouveau langage stylistique de la marque et la BMW i Hydrogen Next qui démontre la capacité de BMW Group à compléter son portefeuille de véhicules électrifiés par le déploiement de la technologie de pile à combustible alimentée par hydrogène. Ce prix récompense également les services et applications de mobilité proposés par BMW ainsi que les formats innovants en points de vente.

L'étude Car 360 révèle aussi que côté exigences clients, de nouveaux sujets se profilent. Ainsi la dimension RSE s'invite de plus en plus dans l'attachement à la marque, sur des critères de préservation de l'environnement, d'autonomie laissée aux collaborateurs, de protection des données personnelles et de fiabilité. La RSE s'impose donc comme un ensemble de dimensions qui élèvent le niveau du jeu sur le marché.

Le **développement durable** fait partie intégrante de la stratégie de BMW Group depuis les années 70 et est en tête du Dow Jones Sustainability Index depuis sa création en 1999. BMW mise sur une approche intégrée pour limiter son impact environnemental. La production de la BMW i, depuis son lancement en 2013, utilise des matériaux recyclés, consomme 50% d'énergie et 70% d'eau en moins qu'une production traditionnelle. L'usine de Leipzig où elle produite est équipée de 4 éoliennes. Tous les sites de production du groupe consommeront 100 % d'énergie renouvelable d'ici 2020. Ainsi, BMW intègre une démarche holistique et responsable sur toute la chaîne de création de valeur, de la production au recyclage.

Comme chaque année depuis 14 ans, le Journal de l'Automobile a relayé les résultats de l'étude dans sa dernière édition et organisé la soirée de remise des trophées, animée par sa Directrice des rédactions Catherine Leroy et par Karen Tartour, la Directrice de l'expertise expérience clients de Kantar TNS.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Nathalie Bauters
Directrice de la Communication et des
Affaires publiques
BMW Group France
Tel : + 331 30 43 94 34
E-mail : nathalie.bauters@bmw.fr

Maryse Bataillard
Chef du Service Communication
Corporate
BMW Group France
Tel : +331 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 2018, BMW Group France a immatriculé 84 931 automobiles des marques BMW et MINI et 15 645 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

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. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, 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 acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. 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 dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, 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 2018, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 490 000 automobiles et plus de 165 000 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw