

Communiqué de presse n° 2846
25 septembre 2020

Nouveau siège social de BMW Group en France : la qualité de vie au travail et le développement durable au cœur de ce Campus réunissant ses trois filiales BMW France, BMW Finance et Alphabet.

- **BMW Group France, l'une des premières entreprises à s'être implantées à Saint Quentin en Yvelines en 1980, a inauguré son nouveau siège social qui réunit près de 900 collaborateurs, à proximité immédiate du précédent siège.**
- **Récompensé par une étude de Capital comme étant un des meilleurs employeurs de France, BMW Group a fait le choix d'investir près de 100 millions d'euros pour ses collaborateurs français afin de leur offrir un lieu de travail flexible, innovant et responsable, en accord avec les nouveaux usages de travail et de mobilité.**

Paris – Le nouveau bâtiment de 15 000 m² de 5 étages conçu par le cabinet d'architectes Engelmann et réalisé par Rabot Dutilleul, Promotion et Arizona Asset Management accueille près de 900 collaborateurs du BMW Group en France, opérant pour BMW France la filiale de distribution des marques BMW, MINI et BMW Motorrad, la captive financière BMW Finance et Alphabet, spécialiste des locations longues durées et des solutions de mobilité innovantes.

« Ce nouveau siège est le fruit d'un travail de co-construction avec les collaborateurs des trois filiales du BMW Group en France et illustre notre ambition d'instaurer une qualité de vie au travail exceptionnelle adaptée aux spécificités et à la diversité de tous nos métiers » Vincent Salimon, Président du Directoire de BMW Group France.

Deux ans avant la pandémie de la Covid-19, l'entreprise avait signé un accord collectif de change management centré sur la flexibilité de l'organisation du travail (travail à distance, open space aérés, réduction du nombre de réunions). Par conséquent, elle a pu répondre immédiatement, dès le confinement, aux normes de distanciation nécessaires aujourd'hui sans que cela n'impacte la vie de l'entreprise, le travail des collaborateurs.

« Si le travail à distance a prouvé son intérêt en termes de productivité et d'équilibre vie professionnelle-vie privée, il reste fondamental de pouvoir se retrouver en équipe pour stimuler la cohésion, la créativité et le partage. C'est pourquoi, nous souhaitons maintenir une présence physique de nos collaborateurs, dans ce magnifique nouveau siège, à minima deux jours par semaine actuellement » précise Vincent Salimon.

Un bâtiment intelligent, connecté et responsable.

Le nouveau Campus répond aux normes environnementales les plus exigeantes avec le grade « Excellent » pour les deux labels HQE (Haute qualité environnementale) et BREEAM (Building research establishment environmental assessment method).

Bâtiment intelligent et connecté, la structure est paramétrée pour limiter les pertes d'énergies. Le bâtiment gère ses consommations d'eau, de lumière et de chauffage en autonomie en s'adaptant aux variations du temps et à la présence ou non de collaborateurs. L'Hélice accueille un vaste jardin intérieur et présente des toits végétalisés, son arrosage s'opère grâce à l'eau récupérée par un système de collecte et de stockage d'eau pluviale.

Communication et relations publiques

Ce lieu permet au BMW Group d'aller plus loin dans ses engagements en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale. Le parking comprend 206 points de recharge électrique, produisant 39 000 kw/h par an grâce à des panneaux solaires.

L'implication des collaborateurs.

Egalement, les collaborateurs sont impliqués dans la démarche Sustainability du BMW Group, à l'image du jardin où chacun d'entre eux est invité à proposer des projets écoresponsables à mettre en œuvre dans cet espace vert. Des projets de ruches et de potager sont actuellement en réflexion.

La vie au sein du nouveau siège a en effet été pensée avec les collaborateurs de toutes les entités. Organisés en groupes de travail, ils ont défini ensemble les macro et micro zonings, les nouvelles méthodes de travail mobiles et connectées telles que le flex office, le coworking, le télétravail et le covoiturage avec le dispositif Alphacity. Au total, près d'un tiers des collaborateurs se sont portés volontaires pour s'impliquer dans la conception de leur organisation de travail.

Ce projet est en ligne avec la stratégie de l'entreprise qui intègre le changement de culture et de mode de travail pour tendre vers une organisation plus flexible, collaborative et innovante, répondant notamment aux nouveaux défis et aux attentes des Millenials.

Enfin, des espaces de sport avec vestiaires et douches, un espace restauration de 400m² aux plats qualitatifs et écoresponsables, un espace vert cultivable, une terrasse, un pressing, une box pour la réception des colis privés ont été pensés pour faire de l'Hélice un lieu vie complet et agréable. En plus de ces aménagements, différentes applications digitales pour réserver une salle de réunion, des espaces créatifs, ont été conçues pour fluidifier et moderniser les usages.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Chef du Service Communication Corporate
BMW Group France
01 30 03 19 41
maryse.bataillard@bmw.fr

Annaëlle Jonot
Consultante Communication Corporate
BMW Group France
01 30 03 20 34
annaelle.ajjonot@partner.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 près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme 15 modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

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 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: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

Communication et relations publiques

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 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 000 automobiles et plus de 175 000 motos. En 2019, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,118 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 104,21 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, les effectifs de BMW Group étaient de 126 016 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: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView