

Communiqué de Presse n°2860
21 octobre 2020

Estelle Suzenne nommée directrice marketing de la marque BMW au sein du Comité Exécutif BMW Group France.

Elle succède à Frank-Emanuel Schlöder nommé Head of Operations Region Europe au siège du BMW Group à Munich.

Paris. Estelle Suzenne est nommée directrice marketing de la marque BMW et siègera au Comité Exécutif BMW Group France à compter du 1^{er} novembre 2020. Elle reporte à Vincent Salimon, Président du directoire de BMW Group France.

« Estelle Suzenne a une fine connaissance du secteur de la mobilité et de notre entreprise. Son expertise dans les domaines de l'innovation, la transformation et la performance collective lui permettra de poursuivre la transformation digitale et le lancement de notre ambitieux plan d'électrification de nos gammes » déclare Vincent Salimon.

« Je remercie Frank-Emanuel Schlöder pour sa grande contribution au succès de BMW en France ces trois dernières années et lui souhaite beaucoup de succès dans ses nouvelles fonctions où il pilotera le business Europe. Sa double culture franco-allemande et sa parfaite vision du marché français sont des atouts précieux pour le développement de la filiale BMW Group France. »

Estelle Suzenne, 45 ans, a commencé sa carrière en agence de publicité avant d'intégrer BMW Group en France en 2004 où elle a occupé diverses fonctions. Elle a piloté avec succès la stratégie marketing 360° de la marque iconique MINI pendant cinq ans puis la transformation digitale et data du BMW Group en France, afin de répondre aux nouveaux besoins des clients.

Elle est diplômée de l'ESG Paris. Mère de deux enfants, elle est passionnée d'automobile, ses premiers souvenirs remontant à l'enfance avec la BMW Série 5 de son grand-père.

Elle succède à **Frank-Emanuel Schlöder**, qui rejoint le siège de BMW Group à Munich où il est nommé Head of Operations Region Europe aux côtés de Jean-Philippe Parain, Senior Vice President de la Région Europe.

Frank-Emanuel se réjouit « de rejoindre l'équipe de Jean-Philippe Parain, pour le pilotage du business BMW dans toutes les filiales européennes. Notre activité se trouve en pleine mutation, particulièrement en Europe. Dans le BMW Group, nous voyons les challenges comme des opportunités pour développer notre activité dans les prochaines années ».

Communication et relations publiques

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

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