

Communiqué de presse n°2873
11 novembre 2020

#NEXTGen 2020 : Nouvelle étape pour un avenir durable.

- **La BMW iX ouvre une nouvelle ère de la mobilité.**
- **BMW Group, premier constructeur automobile à maîtriser la totalité de la chaîne de mobilité électrique.**
- **L'intelligence collaborative : une approche inédite qui bénéficiera à l'ensemble de l'écosystème.**

Paris/Munich. Dans le cadre de l'édition #NEXTGen 2020, entièrement digitale pour cause de Covid, BMW Group a dévoilé les nouvelles technologies de mobilité de demain. Celles-ci doivent lui permettre d'atteindre en Europe, d'ici à 2030, un mix de ventes composé à 50% de modèles 100 % électriques ou hybrides rechargeables, et de faire baisser de 33% les émissions de CO2 globales de chacun de ses véhicules.

Révélee en première mondiale ce jour, la BMW iX devient le nouveau fer de lance de la mobilité électrique, connectée et autonome. La voiture électrique est non seulement une innovation technique et une étape logique vers une mobilité plus durable, mais plus encore, elle offre la possibilité d'ouvrir une nouvelle dimension dans le plaisir de conduire.

En première mondiale également, la présentation du Concept BMW Motorrad Definition CE 04, renouvelle le style du segment du scooter électrique.

« BMW Group a toujours été à l'avant-garde, tant pour répondre aux grands enjeux technologiques et climatiques auxquels nous faisons face, que pour embrasser les tendances nouvelles qui apparaissent dans la mobilité. #NextGen 2020 est une étape majeure vers le monde d'après que nous dévoilons aujourd'hui et qui, j'en suis convaincu, trouvera un écho très favorable en France, un marché en avance sur son temps. » résume Vincent Salimon, président du Directoire de BMW Group France.

Pour se projeter vers le futur, #NEXTGen 2020 est également l'occasion, pour BMW Group, de développer sa vision de la mobilité à horizon 2040. Pour ce faire, le groupe a invité les étudiants, les assistants de recherche et les professeurs des meilleures universités et instituts de recherche du monde à participer au concours #NEXTGen Moving Tomorrow Pitch. Les idées les plus novatrices de ces acteurs du monde académique seront présentées pendant le #NextGen 2020. L'objectif étant de constituer une équipe interdisciplinaire pour une vision Premium de la mobilité individuelle durable en 2040.

Pour BMW Group, la mobilité Premium ne se conçoit pas sans responsabilité.

« La technologie est le moteur des progrès dont nous avons besoin pour relever les défis, même les plus ambitieux. Cela est en particulier vrai pour la protection du climat. Nous en sommes certains : la mobilité doit être durable si elle veut représenter une véritable solution. Pour BMW Group, la mobilité Premium n'est pas possible sans responsabilité » résume Oliver Zipse, Président du directoire de BMW AG.

La priorité de la mobilité de demain est avant tout à la préservation de l'environnement durant tout le cycle de production.

C'est par la baisse des émissions de 20 % dans la chaîne d'approvisionnement, de 80 % pendant la production, et de 40 % pendant le cycle de vie que BMW Group compte atteindre cet objectif à l'horizon 2030. Les moteurs électriques de cinquième génération, qui équipent la BMW iX et la BMW i4 notamment, sont produits sans terres rares et avec 100 % d'énergie verte. La production des cellules de batteries à partir d'énergie renouvelable représente, à elle seule, une économie de 10 millions de tonnes d'émissions de CO2 dans la décennie à venir, soit l'équivalent des émissions annuelles d'une ville comme Marseille ou Munich.

BMW Group travaille également à la création d'une économie circulaire viable à long terme, avec pour objectif d'augmenter de manière significative la part de matériaux recyclés pour faire baisser les émissions globales de CO2. Le groupe utilise déjà 50 % d'aluminium recyclé. Il reprend par ailleurs les batteries, réutilisées soit comme unité de stockage fixe ou alors recyclées, à 96 %, en partenariat avec l'entreprise Duesenfeld. Avec le suédois Northvolt et le belge Umicore, BMW Group travaille sur une chaîne de valeur durable pour les cellules de batterie en Europe.

BMW Group a par ailleurs flexibilisé son outil de production afin de proposer à terme à ses clients tous les types de motorisation. La nouvelle BMW iX3, lancée le 14 juillet 2020, est l'illustration parfaite de cette stratégie, le "Power of Choice" : elle est la première voiture Premium disponible avec toutes les technologies (essence, diesel, hybride rechargeable et désormais 100 % électrique).

La maîtrise complète de la chaîne de la mobilité électrique, un enjeu stratégique.

Aujourd'hui près de 13,3 % des ventes BMW et MINI en Europe sont des modèles 100 % électriques ou hybrides rechargeables. Fin 2021, BMW Group proposera cinq voitures 100 % électriques et, d'ici 2023, 25 modèles électrifiés seront en circulation sur les routes - dont 13 versions 100 % électriques. En Europe, la part des ventes de modèles électrifiés devrait ainsi passer à 25 % l'année prochaine, 33 % en 2025 et 50 % d'ici 2030.

BMW Group, premier constructeur automobile au monde à maîtriser la totalité de la chaîne de la mobilité électrique, produit déjà depuis 2013 dans son usine de Dingolfing les composants des chaînes cinématiques électriques. Les 8 lignes de production seront complétées par 4 nouvelles lignes afin de pouvoir produire 500 000 voitures électriques sur cette chaîne en 2022. Côté batteries, le centre de compétences a ouvert ses portes à Munich en 2019. Le groupe y développe les nouvelles générations de batteries, de la recherche en chimie pour améliorer la densité énergétique de celles-ci à l'intégration des modules pour une performance, recharge et sécurité optimales. En 2022, toute cette expertise sera mise en pratique dans l'usine pilote

de production de cellules en cours de construction à Parsdorf en banlieue de Munich. Avec cette usine pilote, BMW Group est le premier constructeur automobile à couvrir l'ensemble de la chaîne de fabrication de la conduite électrique en interne. C'est ce nouveau développement stratégique 360° qui permettra au BMW Group de consolider sa position de leader de la mobilité électrique Premium.

L'intelligence collective : une spécificité de BMW pour le développement.

BMW Group a décidé, de s'inspirer, pour la conception de la BMW iX, des abeilles et de leur "intelligence en essaim" pour permettre à tous les futurs véhicules, tout au long de leur cycle de vie, de profiter de l'analyse des données de la flotte et ainsi être améliorés. Collectées à bord des véhicules de test et de clients volontaires, elles sont analysées, et seules les plus pertinentes sont ensuite renvoyées au véhicule pour contribuer à accroître le confort, l'efficacité et la sécurité du conducteur. Ainsi, l'ensemble de l'écosystème bénéficie de l'expérience collective et permet à la BMW iX d'être continuellement actualisée et améliorée. Cette approche sera généralisée au fur et à mesure pour bénéficier, à terme, à l'ensemble de la flotte. « BMW Group s'efforce constamment de se réinventer, ce qui est l'élément clé de notre stratégie d'entreprise. La BMW iX résume cette approche dans une forme très concentrée » - Oliver Zipse Président du Directoire BMW AG.

La BMW iX est par ailleurs le premier véhicule à bénéficier d'un système de réalité mixte grâce au moteur de jeux vidéo temps réel Unreal Engine 4 d'Epic Games, créateur du jeu de renommée mondiale Fortnite, avec qui BMW Group a signé un partenariat. Cette collaboration a permis un développement plus rapide et moins coûteux. En utilisant la technologie du jeu, les ingénieurs n'ont pas été limités à la seule évaluation de la géométrie statique de la voiture ; ils ont également pu expérimenter la BMW iX et toutes ses fonctions pratiquement à chaque étape de la phase de développement.

La BMW iX est aussi le premier modèle haut de gamme à utiliser la technologie mobile 5G. Une multitude de capteurs extrêmement puissants - caméras, radars, ultrasons - couplés à des antennes et à la 5G, assistés par l'intelligence artificielle (IA) et des services de données, font de la BMW iX un ordinateur de bord sur roues ultra performant.

L'intelligence artificielle joue également un rôle crucial et constitue la base de la conduite autonome, rendant l'expérience de conduite la plus naturelle possible. BMW Group utilise déjà l'IA dans plus de 400 applications que ce soit pour le développement, la production mais aussi en ventes et marketing.

«La BMW iX est à la pointe des fonctions de conduite automatisée, étant le premier véhicule de BMW Group à proposer des fonctions de conduite et de stationnement automatisés à partir d'une boîte à outils de nouvelles technologies. Cette boîte à outils a un potentiel énorme avec sa puissance de calcul et ses remarquables systèmes de capteurs, et nous permettra d'étendre progressivement les fonctionnalités de la voiture» note Frank Weber, membre du directoire du groupe en charge de la recherche et du développement.

Pour ce faire, BMW peut aussi compter sur son nouveau centre de simulation de conduite de 11 400 m², doté de 14 simulateurs, dont un simulateur haute-fidélité et un simulateur haute dynamique. Grâce à cet outil basé à Munich, les ingénieurs en recherche et développement peuvent simuler et tester toutes les situations dans des conditions proches du réel et valider le respect des cahiers des charges des produits du futur.

La BMW iX ouvre la voie à une nouvelle ère de la mobilité.

Véritable fleuron de la marque BMW, la BMW iX rentre donc de plein pied dans le futur avec des avancées majeures pour l'automobile en matière de développement durable, d'électromobilité, de conduite automatisée et de connectivité. Le design du modèle, minimaliste, est conçu de l'intérieur vers l'extérieur et propose une nouvelle expérience de mobilité luxueuse et apaisante, grâce aux technologies « Shy Tech » les plus avancées. Elle se distingue également par sa grande autonomie, capable de parcourir plus de 600 km en 100 % électrique, et par sa recharge particulièrement rapide : 40 min pour un taux de recharge à 80 % - 10 min de charge étant suffisantes pour rouler 120 km.

BMW Motorrad Definition CE 04, la fusion du monde analogique et du monde numérique.

Avec le BMW Motorrad Definition CE 04, BMW Group va révolutionner le scooter électrique. Ce modèle pré-série, issu du concept Link, fait le lien entre les mondes analogique et numérique sous la bannière "Plugged to Life", en combinant pour le citoyen son moyen de transport avec ses moyens de communication.

Le BMW Motorrad Definition CE 04 met l'accent sur les solutions pratiques pour l'utilisateur en ce qui concerne les applications numériques. Le conducteur peut ainsi se connecter à son environnement en combinant les fonctions du BMW Motorrad Definition CE 04 et celles de son smartphone. L'écran de 10,25 pouces - le plus grand intégré à un scooter à ce jour - servant d'interface entre les deux mondes.

Retrouvez plus d'informations sur [BMW.com/NEXTGen](https://www.bmw.com/NEXTGen).

Pour plus d'informations, merci de contacter :

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

Benjamin Lory
B2P Communications Consulting
Tél : 06 43 67 18 30
E-Mail : blory@b2p-communications.com

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: 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 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 307 automobiles et plus de 175,162 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