

Communiqué de presse n°2892
15 décembre 2020

BMW promeut la multimodalité et teste des « Offres Tandem » combinées auto + vélo dans son réseau de concessions en France.

Depuis un an, les habitudes et attentes des Français en matière de mobilité évoluent à un rythme accéléré. BMW Group, engagé dans la lutte contre le réchauffement climatique, expérimente une proposition combinant les avantages de la voiture et du vélo – dont le succès va grandissant.

Paris. L'étude Odoxa – BMW sur la mobilité (CP n°2802), réalisée plus tôt cette année, a souligné plusieurs mouvements de fond dans les comportements des Français en matière de mobilité :

- Loin d'opposer les différents modes de transport, les Français envisagent leurs déplacements d'abord avec pragmatisme. Ils sont 28 % – le double en région parisienne – à utiliser plusieurs moyens de transport pour leurs trajets quotidiens. L'émergence de nouvelles solutions de mobilité est perçue comme étant complémentaire aux modes de déplacements traditionnels.
- Les modes de transports et moyens de mobilités mis à disposition n'auront jamais été aussi nombreux, diversifiés et utilisés –même si la voiture reste le moyen de transport préféré des Français.
- Lorsqu'elles sont interrogées sur l'avenir des transports, la quasi-totalité des personnes (94 %) déclarent que la lutte contre la pollution est importante même si le sujet n'est pas encore prioritaire pour 55 % d'entre elles. 37 % des Français ont adapté leurs habitudes pour être plus vertueux. En revanche, ils comprennent que la transition est un travail de longue haleine.

Les résultats de cette étude ont été le point de départ de la réalisation d'un livre blanc « Français & Mobilités » (CP n°2847) et de réflexions quant aux offres de BMW en France.

Pour BMW Group, leader premium de la mobilité engagé dans la lutte contre le réchauffement climatique, l'offre dépasse le seul usage de la voiture et doit accompagner le citoyen dans l'ensemble de son déplacement.

Par exemple, grâce à la connectivité (parking connecté, recharge,...). Mais également par la **promotion de la multimodalité et des solutions de mobilité alternatives.**

Aussi BMW France propose-t-il, pour l'achat d'une BMW neuve, de compléter son offre de mobilité avec un vélo électrique BMW à tarif préférentiel (auquel s'ajoutent encore les subventions publiques). Ce tarif correspond à une **remise de 20% minimum sur le prix du vélo seul.**

Le vélo est un des modes de transport dont l'utilisation s'est le plus accélérée en 2020. En effet, outre la pratique du sport, ce mode de déplacement :

- répond à une aspiration de mobilité douce sans émissions de CO₂
- fait partie des moyens de locomotion individuelle, actuellement plébiscités car ils facilitent la distanciation sociale et les gestes barrière en cette période de crise sanitaire
- est soutenu par des politiques nationales, régionales et locales ambitieuses, avec la multiplication des pistes cyclables dans les grandes villes ainsi que des subventions à la remise en état comme à l'achat.

Cette offre, réservée aux particuliers, est limitée à 500 unités. 23 concessions participent à ce programme à travers la France pour donner, une fois de plus, le Pouvoir de Choisir aux clients BMW.



Pour plus d'informations, merci de contacter :

Ludovic Leguem
Chef du Service Communication Marques,
Produits et Technologies
Tél : 01 30 03 15 52
E-Mail : ludovic.leguem@bmw.fr

Pierre-Alexandre Cornillon
Responsable Communication
Produits BMW
Tél : 01 30 03 12 18
E-mail : pierre-alexandre.cornillon@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: 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