

Communiqué de presse n°3030
22 Novembre 2021

Black Week 2021 : Des offres attractives sur des produits et services digitaux ainsi que sur certaines fonctionnalités des véhicules.

Du 24 au 30 novembre sur 18 marchés dont la France.

La Black Week a été la campagne de vente en ligne la plus réussie de BMW Group depuis qu'elle a été organisée pour la première fois en 2017.

En 2020, les ventes de la Black Week ont augmenté de 57% par rapport à l'année précédente.

Munich. La campagne Black Week est de retour cette année du 24 au 30 novembre 2021. Au cours de cette période, 18 marchés proposeront des offres sur des services digitaux ainsi que sur certaines fonctionnalités des véhicules. La Black Week a connu un succès retentissant depuis qu'elle a été organisée pour la première fois en 2017, et se classe comme la campagne de vente en ligne la plus réussie de BMW Group. En 2020, les ventes de la semaine de campagne ont augmenté de 57 % par rapport à l'année précédente. Les transactions réalisées par la Black Week ont représenté 8 % des ventes totales de produits et de services digitaux en 2020. Au total, 22 000 ventes supplémentaires ont été générées par les clients de BMW au cours de ces sept jours. Les ventes les plus importantes ont été générées par l'équipement « Feux de route anti-éblouissement » ou le Pack « Connected Booster » notamment.

Les pays participant à la campagne cette année sont l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Suisse, les Pays-Bas, l'Espagne, la France, l'Italie, la Pologne, la Belgique, la Suède, l'Autriche, la Norvège, le Portugal, la République tchèque, le Japon, le Danemark, la Finlande et le Luxembourg. Selon le pays, les clients pourront bénéficier de remises allant jusqu'à 30 % sur les services digitaux qui peuvent être ajoutés après l'achat du véhicule. Les offres comprennent le populaire Pack « Connected Booster », incluant un certain nombre de services comme Apple Car Play® qui intègre les fonctions de l'iPhone dans le véhicule.

La Black Week est un élément important de la stratégie de digitalisation continue employée par BMW Group pour offrir à ses clients une multitude de services et d'options qui peuvent être ajoutées à un véhicule après son achat. De cette manière, tous les conducteurs de BMW peuvent personnaliser leur véhicule en fonction de leurs besoins spécifiques afin de révolutionner leur vie avec des innovations intelligentes.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Pierre-Alexandre Cornillon
Responsable Communication Produits
BMW

Tél : 01 30 03 12 18

E-mail : pierre-alexandre.cornillon@bmw.fr

Pierre Bedhome
Responsable Communication Technologies
BMW

Tél : 01 30 03 10 75

E-mail : pierre.bedhome@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 pièces de rechange et accessoires 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 2020, BMW Group France a immatriculé 67 359 automobiles des marques BMW et MINI et 18 081 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 de 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 le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. 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 l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. 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.

En 2020, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos. En 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, les effectifs de BMW Group étaient de 120 726 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

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw