BMW
GROUP

Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Communication et relations publiques

Additif au Communiqué de presse n°1800
19 mai 2014

En référence au communiqué relatif à la vente d'une édition spéciale du roadster BMW Z4 sur vente-privée, BMW France et vente-privée ont décidé d'enrichir l'offre initiale. Pour proposer un événement tout à fait exclusif, l'ouverture de la vente est reportée.
Une information sera communiquée dans les meilleurs délais.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Responsable Communication Corporate
Tél +33 (0)1 30 43 94 74
E-mail maryse.bataillard@partner.bmw.fr

Jean-Michel Juchet
Directeur Département Communication
Tél +33 (0)1 30 43 93 00
E-mail jean-michel.juchet@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 environ 5.000 salariés en France. En 2013, BMW Group France a immatriculé 65.841 automobiles des marques BMW et MINI et 10.317 motos. Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit en novembre 2013 la révolutionnaire BMW i3.
BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 28 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 avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group
BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le leader mondial des constructeurs d'automobiles Premium BMW Group possède 28 sites de production implantés dans 13 pays différents et dispose d'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays. Pour l'exercice 2013, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total de 1.963 million d'automobiles et 115 215 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,91 milliards d'euros sur un chiffre d'affaires de 76,06 milliards d'euros. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110.351 salariés à travers le monde. De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com
Facebook http://www.facebook.com/BMWGroup
Twitter http://twitter.com/BMWGroup
YouTube http://www.youtube.com/BMWGroupview
Google+ http://googleplus.bmwgroup.com

A propos de vente-privee .com
vente-privee.com est le créateur du concept de ventes événementielles sur Internet et le leader mondial du secteur. Spécialiste depuis 2001 du déstockage en ligne de grandes marques, son accès est réservé à ses 21 millions de membres en Europe. L'inscription au club vente-privee.com est gratuite et sans obligation d'achat. Les ventes sont limitées dans le temps (3 à 5 jours) et sont organisées en étroite collaboration avec plus de 2 500 grandes marques internationales dans tous les domaines : prêt-à-

porter, accessoires de mode, équipement de la maison, jouets, articles de sport, high-tech, gastronomie, voyages... Un partenariat avec les marques permet de proposer des prix bénéficiant de fortes décotes (-50 à -70%) par rapport aux prix conseillés. Avec 2100 collaborateurs et une présence dans 8 pays européens, vente-privee.com a réalisé en 2013 un chiffre de ventes consommateurs de 1,6 milliard d'euros TTC, soit une progression de 23% par rapport à 2012. En novembre 2011, le site à ouvert aux États-Unis en partenariat avec American Express. Les informations disponibles sur vente-privee.com sont accessibles sur http://pressroom.vente-privee.com.
Suivez vente-privee.com sur Facebook (www.facebook.com/venteprivee) et Twitter (@venteprivee_fr)