BMW GROUP

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°1706
29 juillet 2013

Présentation en première mondiale de la BMW i3 à New York, Londres et Pékin

NEW YORK, LONDRES et PÉKIN, le 29 juillet 2013

La version de série de la BMW i3 révélée simultanément à l'échelle mondiale
Dr. Reithofer : La BMW i3 représente un grand bond en avant
La BMW i3 devient une nouvelle référence en matière de mobilité verte
Déjà plus de 90 000 demandes d'essais routiers

Lundi, BMW Group a dévoilé la version de série de la BMW i3, un véhicule électrique innovant, simultanément à New York, Londres et Pékin. « Le changement est guidé par l'innovation. La BMW i3 est plus qu'une simple voiture. C'est un pas révolutionnaire vers la mobilité verte. Elle a été spécialement conçue autour d'un groupe motopropulseur électrique afin de répondre aux besoins de nos clients situés dans les mégapoles », a déclaré Norbert Reithofer, président du conseil d'administration de BMW AG, lundi passé lors de la première mondiale à New York.

La BMW i3 – le premier modèle 100 % électrique de BMW Group produit en série – hérite des caractéristiques sportives propres à toutes les BMW et se caractérise par un plaisir de conduite à l'état pur. La durabilité est une priorité à travers l'intégralité de la chaîne de création de valeurs de la BMW i3. « La BMW i3 se positionne comme une nouvelle référence en matière de mobilité verte dans toutes les étapes de conception et de production, mais aussi en ce qui concerne le service après-vente », a déclaré Friedrich Eichiner, membre du conseil d'administration et directeur financier de BMW AG, lors de l'inauguration de la BMW i3 à Pékin.

Le véhicule affiche une autonomie de 130 à 160 kilomètres. L'expérience acquise par BMW Group avec ses flottes d'essai des voitures MINI E et BMW ActiveE a montré qu'une autonomie de 130 à 160 km suffit pour la grande majorité des conducteurs. La distance moyenne parcourue quotidiennement ne dépasse pas 64 km.

Optionnellement, la BMW i3 peut être équipée d'un prolongateur d'autonomie afin de maintenir la batterie lithium-ion à un niveau de charge constant pendant la conduite, dès

que ce dernier tombe en-dessous d'une valeur définie. Il s'agit d'un moteur à essence bicylindre développant 34 chevaux (25 kW), installé à côté du moteur électrique au-dessus de l'essieu arrière. Le prolongateur d'autonomie augmente l'autonomie maximale de la voiture pour la conduite quotidienne jusqu'à environ 300 kilomètres.

Un coût de revient réduit et un fort intérêt mondial

La BMW i3 sera commercialisée en Allemagne et sur les autres marchés européens en novembre 2013. Le lancement de la BMW i3 sur d'autres marchés parmi lesquels les États-Unis, la Chine et le Japon se déroulera au cours du premier semestre 2014. Le prix de la BMW i3 s'établira à 27 990 € bonus écologique déduit. Pour les clients souhaitant le prolongateur d'autonomie optionnel, le prix se chiffrera à 32 700 € bonus écologique déduit.

Le coût de revient est fortement réduit : sur une période de trois ans, la maintenance et les dépenses régulières pour une BMW i3 coûtent quelque 40 % de moins que pour la très économique 320d à boite de vitesses automatique enregistrée en Allemagne. Dans les autres pays, les chiffres pourraient même être inférieurs, selon le niveau de bonus offerts pour les véhicules électriques.

L'intérêt du public pour la BMW i3 et pour le reste de la série i de BMW est élevé : BMW i compte déjà de plus de 1,2 million de fans sur Facebook et plus de 90 000 personnes ont déjà demandé un essai routier de la BMW i3.

La BMW i3, nouvelle référence en matière de construction légère

La BMW i3 embarque un nombre important d'innovations technologiques telles qu'une cellule passagers construite en fibres de carbone et un chassis en aluminium, devenant l'une des voitures les plus légères de sa catégorie. Avec un poids à vide de 1 195 kilogrammes, son poids réduit défie la plupart des berlines compactes, alors que l'habitacle est nettement plus généreux et peut accueillir quatre passagers.

Son faible poids contribue à l'agilité et aux performances de la BMW i3. Le groupe motopropulseur de la voiture développe une puissance de 170 chevaux (125 kW) et un couple maximal de 250 Nm immédiatement disponible lors du démarrage à l'arrêt. La BMW i3 accélère de 0 à 60 km/h en 3,7 secondes et de 0 à 100 km/h en 7,2 secondes. Sa vitesse de pointe est limitée à 150 km/h pour des questions d'efficience.

Durable tout au long de la chaîne de création de valeurs

La durabilité joue un rôle crucial pour BMW Group. Par exemple, la production de la BMW i3 à l'usine de Leipzig fait appel exclusivement à l'électricité éolienne. En plus de fournir de l'électricité sans émission de CO2, l'usine économise 50 % d'énergie et 70 % d'eau par rapport à la moyenne du réseau de production BMW, pourtant déjà très performant.

Le recours à un modèle de vente multicanaux pour les véhicules BMW i

Les produits et services BMW i seront commercialisés à travers un modèle de vente multicanaux. La distribution ne sera pas seulement assurée par les concessionnaires mais aussi par un Centre d'Interaction Clients (CIC), une plateforme Internet ou encore une force de vente mobile. Tous les canaux de vente seront totalement intégrés et les clients auront la possibilité de choisir leur propre voie au sein du processus d'achat.

Avec l'introduction du nouveau modèle de vente en ligne, BMW répond à l'évolution dans le comportement du client. Les clients recherchent de nouvelles possibilités dans la manière de s'informer et d'acheter les produits. Les partenaires BMW i constitueront le pilier central du réseau de vente BMW i et seront le principal point de contact pour les clients.

L'approche holistique « 360 ° ELECTRIC » de BMW i procure au client une vaste offre de produits et services conçue pour répondre aux besoins du conducteur. « Nous allons soutenir les clients BMW i3 par un ensemble complet de services de qualité afin de leur procurer un "plaisir de conduite à l'état pur", homogène et sans complications », explique Ian Robertson, membre du conseil d'administration de BMW AG et responsable des ventes et du marketing de la marque, lors du lancement de la BMW i3 à Londres.

Le marché mondial des véhicules électriques prévoit plus de 150 000 unités en 2013

Le marché mondial des véhicules électriques montre une évolution positive : après l'enregistrement de près de 93 000 véhicules électriques l'année dernière à l'échelle planétaire, on est prévu déjà un total de 150 000 unités pour l'année en cours.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW GROUP

Communication et relations publiques

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél : +33.1.30.43.94.34
E-Mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Olivier Wodetzki
Communication Produits et Technologies
Tél : +33.1.30.43.92.75
E-Mail : olivier.wodetzki@bmw.fr

www.press.bmwgroup.com
Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: http://twitter.com/BMWGroup
YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview

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 2012, BMW Group France a immatriculé 69.528 automobiles des marques BMW et MINI et 11.043 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 1,6l est un grand succès.

Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et introduira dès 2013 la révolutionnaire BMW i3 et d'inédits services à la mobilité urbaine. Le groupe français Schneider Electric est fournisseur et installateur international des bornes de recharge BMW i.

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

Avec ses marques BMW, MINI et Rolls-Royce, BMW Group est leader sur le segment Premium du marché des automobiles et des motos dans le monde. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 28 sites de production et de montage implantés dans 13 pays différents et un réseau de vente mondial dans plus de 140 pays.

BMW Group a vendu en 2012 environ 1,85 millions d'automobiles et plus de 117 000 motos dans le monde entier. Lors de l'exercice 2012, l'entreprise a dégagé un bénéfice avant impôt de 7,82 milliards d'euros sur des recettes s'élevant à 76,85 milliards d'euros. Au 31 décembre 2012, BMW Group employait 105 876 personnes.
Le succès de BMW Group repose sur une vision à long terme et une action responsable. L'entreprise a inscrit dans sa stratégie la durabilité écologique et sociale tout au long de sa chaîne de création de valeur, une responsabilité globale en matière de produits ainsi qu'un engagement clair à conserver les ressources. Ces efforts sont récompensés puisque BMW Group figure pour la huitième année consécutive en tête des constructeurs automobiles dans les Dow Jones Sustainability Indexes.