

Communiqué de presse n°3211

27 juin 2023

Quelle place pour l'hydrogène dans une mobilité électrique et plus durable ? La complémentarité entre les voitures à batteries et celles à pile à combustible : un levier indispensable pour accélérer la transition énergétique.

- BMW Group France engage l'écosystème pour aller plus vite dans la transition énergétique à l'occasion d'un débat sur les perspectives de l'hydrogène.
- Produire de l'hydrogène vert est un enjeu majeur pour apporter une complémentarité efficace aux véhicules à batterie électrique.
- L'hydrogène doit permettre à l'Europe et à la France de gagner en souveraineté énergétique et industrielle.
- BMW Group a présenté jeudi 22 juin, à Paris, la première flotte de voitures particulières hydrogène européennes avec la BMW iX5 Hydrogen.

Paris. Le véhicule hydrogène apparaît aujourd'hui comme une alternative à haut potentiel pour répondre à la demande de plus en plus pressante d'une mobilité décarbonée. Zéro-émission à l'usage, avitaillement rapide et compatibilité avec les voyages longue distance, de nombreuses voix plaident pour la **mobilité hydrogène pour accélérer l'électrification du parc automobile**, d'autant que le coût de construction de deux réseaux infrastructures ne coûterait pas plus cher qu'un seul. Le 20 juin, la Cour des comptes de l'Union Européenne s'est d'ailleurs alarmée des risques qui pèsent sur la production des batteries électriques, malgré les efforts de l'Europe pour produire plus de batteries.

Si la technologie hydrogène est aujourd'hui testée et commence à se développer, elle doit encore convaincre dans sa mise en œuvre pratique pour être perçue comme une option accessible : **Quelle autonomie ? Pour quels usages et à quel prix ? Dispose-t-on d'infrastructures suffisantes ? Quel financement ? Quel soutien public pour accélérer son déploiement ? Quel approvisionnement ? Est-elle vraiment « verte » ?** Autant de questions qui ont été abordées jeudi 22 juin lors de la table ronde organisée par BMW Group France et réunissant **Damien ADAM**, Vice-Président du Groupe d'étude Nouvelles énergies vertes et hydrogène et Député de la 1ère circonscription de la Seine-Maritime, **Valérie BOUILLON-DELPORTE**, Première Vice-Présidente de France Hydrogène, **Dr Jurgen GULDNER**, Directeur du programme hydrogène chez BMW Group, **Matthieu GUESNÉ**, Président de Lhyfe, producteur d'hydrogène vert et renouvelable, **Gérard HERNJA**, Docteur en Sciences de l'Éducation, Environnement et Mobilités, et **Vincent SALIMON**, Président du directoire BMW Group France.

BMW Group, qui a toujours prôné la neutralité technologique pour répondre à tous les usages, a souhaité engager l'écosystème avec la conviction que la capacité à répondre à la demande des citoyens en répondant aux objectifs climat est le principal défi à relever. Trois grands principes guident son action : rester transparent dans les approches, adopter une démarche

proactive en tenant compte des préoccupations et des attentes émergentes, créer les conditions des collaborations et d'innovation intégrant plusieurs domaines d'expertise.

BMW Group France a permis aux participants de la table ronde de faire leurs premiers tours de roues à bord de la flotte pilote de BMW iX5 Hydrogen, dotée de motopropulseurs électriques à pile à combustible hydrogène, qui préfigure une production en grande série d'un modèle dès la deuxième moitié de la décennie.

Damien ADAM : «Aujourd'hui, on est dans ce temps de l'innovation vers la mobilité décarbonée. Et pour que les constructeurs puissent innover, le cadre public doit être technologiquement neutre. »

Valérie BOUILLON-DELPORTE : « Comme toutes nouvelles technologies, le développement de la mobilité hydrogène, avant d'être totalement vertueuse, doit passer par différentes étapes. L'usage par les professionnels est un premier impératif. Cela va permettre le déploiement des infrastructures nécessaires et enclenchera ensuite le mouvement vers un usage des particuliers, qui souhaitent avoir un impact minimal sans renoncer au plaisir de la conduite ou la nécessité de se mouvoir. Mais, pour cela, il faut desserrer les contraintes normatives qui reposent sur la technologie hydrogène. »

Dr Jurgen GULDNER : « Le programme Hydrogen de BMW est l'un des plus excitants que j'ai eu à mener en tant qu'ingénieur. L'enjeu dépasse le challenge qui consisterait à construire une nouvelle voiture. Ici, les enjeux de transition écologique sont placés au centre du projet. Et cela implique la mise en place d'un écosystème complet. »

Matthieu GUESNÉ : « Avec l'hydrogène, il ne faut pas se poser la question de la poule ou de l'œuf ! Il faut commencer par la production d'hydrogène décarboné car sans hydrogène vert, il n'y a pas de véhicule, sans véhicule, il n'y a pas de station. Et nous sommes déjà en capacité de le produire, nous en sommes la preuve avec Lhyfe. Avec l'hydrogène vert on peut remplacer les usages d'énergies fossiles, comme le gaz et le pétrole, par une solution décarbonée, mais on répond aussi à la problématique fondamentale : le stockage et la distribution de l'électricité. Sans compter que celle-ci sera de plus en plus compétitive à mesure de son développement ».

Gérard HERNJA : « On a beaucoup mis l'homme au centre des préoccupations de la mobilité. Aujourd'hui, c'est le climat qui doit être mis au centre de débat sur la mobilité de demain. L'environnement doit être pris comme un nouveau facteur de désirabilité du secteur automobile et l'hydrogène y a toute sa place dans cette transition : il répond aux enjeux de durabilité tout en restant fidèle aux besoins des usagers. »

Vincent SALIMON : « La neutralité technologique peut contribuer à créer un système de transport plus durable et favoriser la **transition** vers des modes de déplacement plus respectueux de l'environnement. Une infrastructure bien développée est essentielle pour faciliter la transition vers une mobilité durable et **améliorer l'expérience** de mobilité de chacun de nous. En tant que constructeur nous avons aussi un rôle à jouer pour impulser les changements et permettre que la mobilité soit respectueuse de l'environnement tout en continuant d'être un vecteur d'élévation sociale. »

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group France

Maryse Bataillard

Cheffe du Service Communication Corporate
et RSE

Tél : 01 30 03 19 41

E-Mail : maryse.bataillard@bmw.fr

Agence Rumeur Publique

Thierry Del Jésus : 06 60 47 90 38

Alix Lagersie : 07 77 14 61 85

Emma Fernandes : 06 23 02 39 38

E-Mail : bmw@rumeurpublique.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 2022, BMW Group France a immatriculé 71 088 automobiles des marques BMW et MINI et 20 929 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, Faurecia. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables.

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. BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2022, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de près de 2,4 millions d'automobiles et plus de 202 000 motos. En 2022, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 23,5 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,6 milliards d'euros. Au 31 décembre 2022, les effectifs de BMW Group étaient de 149 475 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. L'entreprise a fixé très tôt le cap pour l'avenir et place systématiquement la durabilité et la gestion efficiente des ressources au cœur de son approche stratégique, depuis la chaîne d'approvisionnement jusqu'à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits, en passant par la production.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

**BMW
GROUP**

Communication et relations publiques

