

Communiqué de presse.
7 juin 2016

BMW Belux renouvelle son partenariat avec les Diables Rouges.

C'est en 2012 que BMW Belux a entamé son partenariat avec l'Union Royale Belge des Sociétés de Football-Association (URBSFA). A la veille de la Coupe d'Europe de football, BMW Belux et l'URBSFA ont renouvelé leur accord portant sur une durée de 4 ans.

Bornem. En 2012, BMW entamait une collaboration avec l'Union Royale Belge des Sociétés de Football-Association (URBSFA). Il s'agissait d'une première mondiale pour la marque premium qui n'avait encore jamais été partenaire d'une fédération nationale de football.

« Historiquement présent en sports moteurs, puis en golf, d'être partenaire de la famille Borlée en athlétisme, BMW Belux a souhaité associer son image au football belge au plus haut niveau dès 2012 » a déclaré **Jean-Philippe Parain**, Président & CEO de BMW Group Belux. Ce dernier ajoute: « Suite à l'excellente collaboration avec la fédération et aux retombées très enthousiastes que notre partenariat a engendré au cours de ces quatre premières années, nous avons décidé de prolonger notre association pour une autre période de quatre ans. ». Le partenariat avec les Diables Rouges a permis à BMW Belux de rencontrer un public plus large, intéressé par les nouveaux produits lancés par BMW comme la BMW Série 2 Active Tourer et Gran Tourer, ou encore le modèle urbain entièrement électrique BMW i3.

L'URBSFA s'est également montrée enchantée de cette prolongation de partenariat. Le Président de l'Union **François De Keersmaecker** a déclaré : « L'association avec une marque de prestige comme BMW est très positive pour l'URBSFA qui a renoué depuis 2012 avec une tradition de partenariat avec un constructeur automobile parmi ses principaux sponsors. Nous sommes particulièrement heureux que BMW continue à soutenir les Diables Rouges en vue des prochaines grandes échéances sportives ».

Les Diables Rouges constituent un excellent vecteur de communication dont les valeurs rejoignent celles de BMW comme la joie ou le dynamisme. La jeunesse des joueurs de l'équipe nationale est une qualité qui est également partagée par la marque BMW. L'innovation qui caractérise BMW, notamment par les programmes BMW EfficientDynamics ou BMW ConnectedDrive, est une autre valeur commune entre la firme munichoise et l'équipe nationale belge. Il n'est pas anodin non plus de voir dans le choix de l'équipe nationale de football un symbole d'union rassemblant d'un côté les supporters de tout le pays et de l'autre l'ensemble des concessionnaires BMW réunis dans une même volonté d'offrir à leurs clients un service au plus haut niveau. Ainsi que l'a déclaré Jean-Philippe Parain : « Les Diables Rouges sont devenus une « marque » de prestige bénéficiant d'une grande visibilité. De son côté, la marque BMW bénéficie aussi d'une image très forte à

travers le monde et en Belgique en particulier. Tant l'URBSFA que BMW ont de grandes ambitions et ont à cœur d'être les meilleurs dans leur domaine. »

Rappelons aussi que le Diable Rouge Dries Mertens est devenu « BMW Friend » en 2014. Il rejoint ainsi d'autres personnalités du monde sportif ou culturel comme Maxime Martin, pilote officiel BMW Motorsport, la famille Borlée, Matthias Schoenaerts ou Dimitri Vegas & Like Mike.

Contact presse:

BMW Group Belux

Christophe Weerts

Corporate Communications Manager

03/890 97 08

URBSFA-KBVB

Pierre Cornez

Communications Manager

02/477 12 23

BMW Group

BMW Group est le leader mondial des constructeurs d'automobiles et de motos du segment premium avec ses marques BMW, MINI, Rolls-Royce et présente aussi des services premium financiers et de la mobilité. En tant qu'entreprise globale, BMW Group opère au départ de 31 sites de production et d'assemblage répartis dans 14 pays et compte sur un réseau de vente implanté dans plus de 140 pays.

En 2015, BMW Group a vendu 2,247 million d'automobiles et plus de 137.000 motos. Le résultat avant impôts de l'année 2015 s'est établi à plus de 9,22 milliards d'euros, le chiffre d'affaires à environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, BMW Group employait 122.244 personnes.

Le succès économique de BMW Group repose sur une vision à long terme et une action responsable. L'entreprise a inscrit dans sa stratégie la durabilité économique et sociale tout au long de sa chaîne de création de valeur, la pleine responsabilité du constructeur vis-à-vis des produits et l'engagement à préserver les ressources fossiles.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>