



Communiqué de presse
1 juin 2021

« Les histoires à succès se renforcent mutuellement »

Avec le mois de mai, BMW Group Belux clôture une période historique de 5 mois de leadership ininterrompu sur le marché belge. Cette étape coïncide avec le coup d'envoi de la campagne des Diables Rouges sponsorisée par BMW. « Les histoires à succès doivent se renforcer mutuellement », déclare Eddy Haesendonck, CEO de BMW Group Belux.

Le fait que la marque BMW ait été leader du marché pendant une si longue période est sans précédent en Belgique ainsi que dans le reste du monde. Les acheteurs de voitures belges récompensent la gamme BMW dynamique et peu polluante ainsi que les efforts continus de BMW Group Belux pour faire valoir ses atouts dans une période difficile.

Le PDG Eddy Haesendonck explique la réussite belge : « Les circonstances difficiles nous ont mis au défi, et nous avons relevé le défi. Grâce à une numérisation poussée et à une approche orientée vers le client, nous avons renforcé notre position dans des circonstances qui n'étaient pas des plus évidentes. J'aime faire la comparaison avec le sport de haut niveau, où la différence réside dans la capacité à persévérer dans les moments difficiles ».

Ce n'est pas une coïncidence si BMW lance aujourd'hui sa campagne pour une autre belle histoire d'ambition et de persévérance : celle des Diables Rouges. Avec un spot télévisé unique, une veste rouge pour tous les concessionnaires et une forte présence sur les médias sociaux, BMW est plus que jamais aux premières loges.

« Depuis 2012, BMW est un partenaire fidèle du succès des Diables Rouges. Depuis lors, nous avons écrit ensemble une belle histoire de croissance dans laquelle nous combinons le plaisir de conduire légendaire de BMW avec le dynamisme et l'enthousiasme des Diables Rouges », explique Ewoud Van der Heyden, Directeur Marketing de BMW Belux. Pour rendre les choses encore plus tangibles, la voiture du spot télévisé - une BMW M4 rouge - repose fièrement au Brussels Airport en guise de bienvenue aux Diables rouges et à leurs supporters.

« Je suis d'accord avec ce que l'entraîneur national et ambassadeur BMW Roberto Martinez nous enseigne dans la campagne des Diables Rouges : Dream Bigger, conclut Eddy Haesendonck. Les réussites doivent se renforcer mutuellement afin d'atteindre ensemble les meilleurs résultats ».

À propos du groupe BMW



Corporate Communications

Avec ses quatre marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, le groupe BMW est le premier constructeur mondial d'automobiles et de motos haut de gamme et fournit également des services financiers et de mobilité de premier ordre. Le réseau de production du groupe BMW comprend 31 sites de production et d'assemblage dans 15 pays ; la société dispose d'un réseau de vente mondial dans plus de 140 pays.

En 2020, le groupe BMW a vendu plus de 2,3 millions de véhicules de tourisme et plus de 169 000 motos dans le monde entier. Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2019 s'est élevé à 7,118 milliards d'euros pour des recettes s'élevant à 104,210 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, le groupe BMW employait 126 016 personnes.

Le succès du groupe BMW a toujours été fondé sur une réflexion à long terme et une action responsable. L'entreprise a donc fait de la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, de la responsabilité globale des produits et d'un engagement clair en faveur de la conservation des ressources une partie intégrante de sa stratégie.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup>

Contact presse :

BMW Group Belux

Jeroen Lissens

GSM: +32 488 23 55 85

Tel.: +32 3 890 97 08

E-mail: jeroen.lissens@bmw.be