

BMW Group Belux

Corporate Communications



Communiqué de presse
10 septembre 2021

BMW Group Goes Phygital 2.0 : répétition de l'initiative commerciale réussie en 2022.

En 2022, BMW Group Belux présentera une nouvelle édition de sa formule à succès " BMW Group Goes Phygital ". Dans ce triptyque commercial, BMW et MINI Belux combineront parfaitement offensive numérique et événement physique au siège social de Bornem et chez les 67 concessionnaires BMW et MINI.

Au cœur de l'événement se trouve le hall événementiel de 24 000 mètres carrés au siège du BMW Group Belux à Bornem qui fonctionnera comme un showroom physique et numérique, comme au début de l'année 2021 : les nouveaux produits et les premières venues tout droit de Munich seront exposés dans un cadre premium. BMW, leader du marché au cours des huit premiers mois de 2021, a été le premier à lancer une initiative "phygital" innovante.

Eddy Haesendonck, CEO de BMW Group Belux, a déclaré : « Le succès de notre première édition de BMW Group Goes Phygital nous a appris que les clients de BMW et MINI apprécient plus que jamais une expérience premium, totalement adaptée à leurs attentes personnelles. Cela peut se faire soit de manière entièrement **numérique** depuis la maison ou le bureau, soit **physiquement** à notre siège social de Bornem, situé à 15' du Ring de Bruxelles, soit par l'intermédiaire d'un concessionnaire BMW et MINI de la région du client. Le client choisit alors où et comment il veut nous contacter. Pour notre part, nous garantissons des nouveautés BMW et MINI exclusives. Nous pouvons déjà vous révéler qu'il y aura même une première mondiale à découvrir ».

Comme en 2021, le BMW Group Goes Phygital de 2022 sera synonyme d'une expérience authentique, physique et numérique (visionnage de voitures, essais de conduite, entretiens informatifs personnalisés, élaboration de propositions financières adaptées à chaque client).

À propos du groupe BMW

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.

BMW Group Belux

Corporate Communications



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