



Communiqué de presse
24 février 2022

"WE ARE M" - BMW M célèbre son 50e anniversaire avec une campagne pleine d'émotions.

+++ Le coup d'envoi sera donné le 24 février avec la projection d'un film sur le caucus BMW M+++ La campagne s'étendra sur toute l'année et sera divisée en quatre chapitres +++ L'année de l'anniversaire annonce la transformation de la marque : De nouvelles performances, l'électrification et un luxe expressif caractériseront BMW M à l'avenir +++.

Munich. Alors que nous célébrerons le 24 mai prochain le 50e anniversaire de la fondation de BMW M GmbH, les célébrations battront déjà leur plein d'ici là ! Les célébrations de cet anniversaire débutent dès ce 24 février par un événement unique : plusieurs véhicules BMW M et leurs pilotes se réunissent pour un huddle dans un court-métrage. Ce type de rassemblement pour coordonner les stratégies, se motiver et s'encourager mutuellement est connu de presque tous les sports d'équipe. Il est mis en scène de façon impressionnante avec de nombreux modèles BMW M.

Le film sur ce rassemblement le plus sportif montre de manière très émouvante ce qu'est la communauté internationale BMW M. Aussi différents que soient les véhicules et les personnes qui les composent, ils aiment tous l'accélération du rythme cardiaque et la chair de poule que provoque chaque BMW M. Excités et enthousiastes comme ils le sont, ils suivent leur propre voie, sont courageux et prennent position. Ce qui les unit, c'est la passion pour cette sensation spéciale que ressent tout conducteur d'une BMW M. Ils ressentent tous : NOUS SOMMES M.

"Nous sommes fiers du démarrage en fanfare de notre année anniversaire. Le film "Huddle Speech" s'inscrit dans la tradition des films extraordinaires pour BMW M, mais il est néanmoins différent : il annonce notre transformation. Nous regardons vers l'avenir, mais nous continuons à créer un sentiment d'appartenance qui définit la grande fanbase de BMW M", déclare Timo Resch, responsable de la clientèle, de la marque et des ventes chez BMW M GmbH. "Nous voulons célébrer avec tous les fans, avec notre communauté internationale, donc nous avons des surprises en réserve pour tous les canaux de communication, tout au long de l'année. Nous avons vraiment hâte d'y être."



WE ARE M représente tout ce qui a été et continuera d'être.

Le claim créé spécialement pour l'année anniversaire illustre le sentiment de la campagne : BMW M est extrêmement polyvalente, elle apparaît toujours différente et nouvelle, mais elle est immédiatement reconnaissable. De la M1 Procar à la i4 M50 en passant par le concept XM : BMW M se définit par un véritable feu d'artifice de véhicules. Ce qui les unit, malgré toutes leurs différences, est cette caractéristique principale : être BMW M, donc toujours différent, unique et avant-gardiste - ce qui est exactement ce que la campagne reprend.

La campagne 50 ans est divisée en quatre chapitres, chacun d'eux étant activé sur une période d'un trimestre. Alors que le premier chapitre, le "Discours de la réunion", annonce le thème de base des 50 ans de BMW M, le deuxième chapitre portera essentiellement sur les 50 ans d'histoire de BMW M dans le domaine du sport automobile. Le troisième chapitre traite de l'électrification, tandis que le quatrième se concentre sur le style de vie unique. Au cours de l'année, BMW M GmbH présentera une multitude de nouveaux véhicules spectaculaires. En outre, la marque se présentera à de nombreux événements internationaux majeurs. Le "BMW Motorsport Anniversary Emblem", récemment dévoilé, n'est qu'une des nombreuses surprises qui attendent la communauté mondiale de BMW M.

Forte de son héritage, BMW M se tourne vers l'avenir.

La communication globale à l'occasion du 50e anniversaire jette également un regard sur l'histoire inégalée des expériences, des réalisations et des succès de BMW M GmbH dans le segment des performances et des hautes performances. La campagne numérique "Only in M Town" de l'année 2018, qui, déjà à l'époque, donnait aux amateurs de BMW M le sentiment d'être chez eux, en est un exemple.

Mais BMW M ne se repose pas sur ses lauriers. Elle utilise cette force pour sa transformation future. Comme le laissent déjà entendre les trois prochains chapitres de la campagne, BMW M s'oriente vers de nouvelles performances, l'électrification et le style de vie typique de BMW M. Car BMW M est et restera l'ultime machine à conduire. Après un demi-siècle et dans le futur.

Lien vers le film de la campagne : https://youtu.be/Jt_JL29K6Us

Le Groupe BMW

Avec ses quatre marques, BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, BMW Group est le premier fabricant mondial de voitures et de motos haut de gamme et de fourniture de services financiers et de mobilité haut de gamme. Le réseau de production de BMW Group comprend 31 usines de production et

BMW Group Belux

Corporate Communications



d'assemblage à travers 15 pays ; la société dispose d'un réseau de vente mondial dans plus de 140 pays.

En 2021, BMW Group a vendu plus de 2,5 millions de voitures et plus de 194.000 motos à travers le monde. Le bénéfice avant impôts pour l'exercice fiscal 2020 s'est élevé à 5222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98 990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, BMW Group employait 120 726 personnes.

L'entreprise a fixé très tôt son cap pour l'avenir et place systématiquement la durabilité et l'efficacité de la gestion des matières premières au cœur de ses orientations stratégiques, de la chaîne d'approvisionnement à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits en passant par la production.

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/bmw-group/>

Contact presse :

BMW Group Belux
Jeroen Lissens
GSM : +32 488 23 55 85
Tél. : +32 3 890 97 08
E-mail : jeroen.lissens@bmw.be