



Communiqué de presse
27 juillet 2023

BMW et Tomorrowland créent une toute nouvelle expérience musicale grâce à l'intelligence artificielle.

**+++ BMW renouvelle son partenariat avec le festival de musique belge
+++ La collaboration permet aux fans de générer leur propre titre musical, vidéo à l'appui +++ L'application innovante de ChatGPT crée un contenu unique de réseaux sociaux pour les marchés européens sous la bannière "Track to Tomorrow" +++**

Munich / Boom. Le festival Tomorrowland, qui se déroule chaque année dans la ville belge de Boom, près d'Anvers, est l'un des événements live les plus populaires et les plus spectaculaires au monde pour les fans de musique électronique. Après le succès du partenariat de l'année dernière, la collaboration à l'échelle européenne entre BMW et le festival de musique ultracool entre maintenant dans une nouvelle phase. Dans le cadre de cette nouvelle initiative, les amateurs de musique de toute l'Europe auront la possibilité de créer leurs propres tubes de danse à l'aide de l'intelligence artificielle (IA) et de les partager sur leurs chaînes de réseaux sociaux.

En utilisant l'IA dans sa première campagne paneuropéenne sur les réseaux sociaux, BMW souligne une fois de plus le rôle du constructeur automobile haut de gamme en tant que moteur de l'innovation. En collaboration avec The Marcom Engine, la plateforme d'agences européennes du BMW Group, et en faisant un usage créatif des dernières technologies, BMW a conçu une expérience musicale sans précédent.

La forme innovante d'exploration sonore disponible sur futurerecord.ai invite tous les amateurs de musique de danse électronique à créer leur propre chanson personnalisée sous la bannière "Track to Tomorrow". Tout commence par une conversation avec un chatbot au cours de laquelle l'utilisateur est invité à répondre à une série de questions - sur son genre musical et son tempo préférés, par exemple, ainsi que sur son humeur du moment et ses projets pour le festival Tomorrowland. En attribuant des éléments musicaux à chaque réponse, l'IA mixe un "Track to Tomorrow" très personnel pour chaque participant, en fonction de ce qu'il a dit. Les réponses sont également utilisées pour générer des paroles uniques pour le morceau via une interface ChatGPT, et celles-ci sont ensuite affichées dans l'application en rythme avec la musique.

Un contenu innovant et unique encourage le partage sur les réseaux sociaux.

La version finale de "Track to Tomorrow" est encore embellie par l'ajout d'une couverture à fort impact - également créée par l'intelligence artificielle - et peut être partagée directement à partir de l'application d'intelligence



artificielle à l'aide d'un lien. Il est également possible de télécharger divers éléments pour les réseaux sociaux. Il s'agit notamment d'une vidéo contenant à la fois l'imagerie générée par l'IA et la piste audio, idéale pour être partagée sur TikTok, Instagram Reels et YouTube Shorts, en particulier. L'option d'ajouter une intro avec une dédicace avant la chanson est une autre incitation qui améliore encore la partageabilité de ce contenu unique.

Ainsi, la toute première campagne de réseaux sociaux de l'entreprise à l'échelle européenne verra la création et le partage de contenus sur tous les marchés européens avant, pendant et après l'événement. La campagne s'accompagnera d'une activation des influenceurs et d'une stratégie marketing inventive sur TikTok. La première campagne paneuropéenne sur les réseaux sociaux est donc destinée à montrer la puissance du centre social européen tout en alimentant la perception de BMW en tant que marque innovante.

Le site web futurerecord.ai a été mis en ligne le 17 septembre 2022.

Le groupe BMW

Avec ses quatre marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, BMW Group est le premier constructeur mondial d'automobiles et de motos haut de gamme et propose également des services financiers et de mobilité de premier ordre. Le réseau de production de BMW Group comprend plus de 30 sites de production dans le monde entier ; l'entreprise dispose d'un réseau de vente mondial dans plus de 140 pays.

En 2022, BMW Group a vendu près de 2,4 millions de véhicules et plus de 202 000 motos dans le monde entier. Le bénéfice avant impôt de l'exercice 2022 s'élève à 23,5 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,6 milliards d'euros. Au 31 décembre 2022, BMW Group employait 149 475 personnes.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une réflexion 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 efficace des ressources au cœur de son orientation stratégique, 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/>

BMW Group Belux

Corporate Communications

**Contact:**

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