

Communiqué de presse n° 1665  
21 mars 2013

## **L'ENGAGEMENT DE BMW DANS LE GOLF.**

### **I. A l'international.**

Si le BMW Golf Trophy (devenu BMW Golf Cup France en 2011) a marqué l'engagement de BMW dans le golf en France en 1988, la BMW Golf Cup internationale a marqué le début de l'investissement de la marque dans ce sport en 1982.

BMW est aujourd'hui un des partenaires majeur du golf au niveau mondial.

Sur le circuit professionnel, plusieurs événements permettent à BMW de bâtir une image dynamique et performante :

- **BMW PGA Championship** qui incarne la tradition des grands tournois du circuit européen et sur lequel BMW est engagé depuis 2005.  
➔ Dates 2013 : 23-26 mai à Wentworth.
- **25<sup>ème</sup> BMW International Open** c'est **LE** tournoi avec lequel BMW a lancé son engagement dans le golf professionnel.  
Cette année, ce tournoi fera son retour près du siège mondial de BMW Munich au Golf Club Munchen Eichenried pour son 25ème anniversaire.  
➔ Dates 2013 : 20-23 juin.
- **BMW Championship** où le N° 1 mondial Rory Mc Illroy remettra son titre brillamment remporté l'an dernier devant Lee Westwood, Phil Mickelson (n°9 mondial), et Tiger Woods (n°2 mondial).  
➔ Dates 2013 : 9 au 15 septembre à Chicago.

- **BMW Masters**, l'un des tournois les plus importants de la fin de saison de l'European Tour.  
→ Dates 2013 : 24-27 octobre à Shanghai.

Sur chacun de ces évènements, BMW développe avec son réseau et ses clients, des relations de proximité grâce aux nombreux packages de relations publiques mis en place.

- Enfin, même si l'année 2013 n'est pas une année de **Ryder Cup**, BMW en est l'un des partenaires officiels depuis 2006. L'an prochain, pour la 40<sup>ème</sup> édition de cet évènement qui ne peut être comparé à aucun autre évènement dans le monde, BMW sera présent à Gleneagles en Ecosse du 26 au 28 septembre 2014. L'équipe européenne remettra en jeu son titre remporté dans des circonstances remarquables l'an dernier.

Cette association à la Ryder Cup a conforté la marque BMW pour soutenir la candidature de la France à l'édition **2018** de la **Ryder Cup** qui aura lieu au **golf National**.

## II. En France.

Chaque année, un important dispositif est mis en place par BMW Group France dans le golf. Cette implication est présente dans le monde des professionnels mais aussi des amateurs.

- Un partenariat avec la **Fédération Française de Golf** depuis 2006, qui permet d'avoir de la visibilité en direction des 430.000 licenciés et ses 707 clubs affiliés.
- BMW est partenaire officiel de **l'Open de France** (4-7 juillet au Golf National)
- BMW soutien le golf féminin
  - 28<sup>ème</sup> **Trophée Madame Figaro**, qui comporte 13 qualifications qui débiteront le 4 avril prochain pour s'achever le 30 septembre sur le plus célèbre de nos golfs français l'Evian Resort golf club.
  - Trophée La Parisienne : BMW partenaire depuis 2011 en association avec le 1<sup>er</sup> réseau français de femmes golfeuses le Ladies Only.

## ▪ **La 26<sup>ème</sup> édition de la BMW Golf Cup France**

**La BMW Golf Cup France** est l'un des tournois amateurs les plus célèbres en France, présent dans le paysage golfique français depuis 26 ans !

Reconnu comme le plus important tour de compétitions amateur au monde, la BMW Golf Cup a réuni en 2012 plus de **10 000 golfeurs** sur le territoire français. Elle doit son succès aussi bien à sa longévité, à sa formule de jeu originale, à l'investissement du réseau BMW, qu'à la qualité de sa dotation avec des partenaires prestigieux. (**Lucien Barrière**, parfums **Lalique**, les produits golfsport issus de la gamme **BMW Golfsport**).

En 2012, 85 clubs ont pu accueillir cette épreuve, les concessionnaires BMW « déplaçant » leur concession sur les golfs le temps d'un week-end. Les nouveaux modèles BMW Série 3 Gran Turismo et BMW Série 3 Touring seront particulièrement en vue sur les épreuves régionales.

La **BMW Golf Cup France** est ouverte à tous, et se déroulera du mois d'avril au mois de septembre, en formule « 4 balles ». Le calendrier et le règlement sportif sont disponibles sur le site internet de l'événement.

Sur chaque épreuve, la meilleure équipe en net pourra se qualifier pour la Finale Nationale à **La Baule, du 4 au 6 octobre prochain**. Mais celle-ci n'est qu'une étape dans le programme mondial de BMW : les 3 vainqueurs français auront la chance de défendre les couleurs de la France à l'occasion de la **Finale Internationale**, début 2014. L'épilogue de l'édition 2012 vient de s'achever en Afrique du Sud, où nos 3 vainqueurs 2012 ont réalisé de belles performances :

- Classement femme : Marie-Hélène Desmurger, 3<sup>ème</sup> (golf du château d'Avoise)
- Classement homme, Cat 1 : Christian Poggio, 8<sup>ème</sup>. (golf club de la Valdaine)
- Classement homme, Cat 2 : Stéphane Olivier, 18<sup>ème</sup>. (Mérignies golf country club)

Retrouvez le calendrier de la saison, le règlement sportif ainsi que les informations relatives à la BMW Golf Cup France en vous connectant sur : [www.bmw.fr/golf](http://www.bmw.fr/golf)

Retrouvez les informations sur la BMW Golf Cup International, la Finale Internationale ainsi que la gamme de produits « BMW Golfsport » en vous connectant sur : [www.bmw-golfsport.com](http://www.bmw-golfsport.com)

Pour plus d'informations, merci de contacter le Département Marketing et Communication :

Florian Bertrand  
Chef du service Marketing Événementiel  
Tél : +33.1.30.43.92.10  
E-Mail: [florian.bertrand@bmw.fr](mailto:florian.bertrand@bmw.fr)

Jean Michel Juchet  
Directeur de la communication  
Tél : +33.1.30.43.94.34  
E-Mail: [jean-michel.juchet@bmw.fr](mailto:jean-michel.juchet@bmw.fr)

## **BMW Group en France**

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution environ 5.000 salariés en France. En 2012, BMW Group France a immatriculé 69.528 automobiles des marques BMW et MINI et 11.043 motos.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6l est un grand succès.

Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et introduira dès 2013 la révolutionnaire BMW i3 et d'inédits services à la mobilité urbaine. Le groupe français Schneider Electric est fournisseur et installateur international des bornes de recharge BMW i.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 28 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs.

L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

## **BMW Group**

BMW Group, avec ses marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est une entreprise de dimension mondiale avec 28 sites de production et de montage implantés dans 13 pays différents et un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

BMW Group, leader sur le segment Premium du marché automobile, a vendu en 2012 près de 1,85 millions d'automobiles et plus de 117.000 motos. Pour l'année 2012, le résultat avant impôts s'est monté à 7,82 milliards d'euros, le chiffre d'affaires à 76,85 milliards d'euros. Au 31 décembre 2012, BMW Group employait un peu plus de 105.000 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. Ces efforts sont récompensés puisque BMW Group figure pour la huitième année consécutive en tête des constructeurs automobiles dans le Dow Jones Sustainability Index.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>