

Communication et relations publiques

30 octobre 2013

GAD devient la nouvelle agence de MINI.

MINI France, après 3 années de collaboration avec DDB Paris, a choisi de lancer un appel d'offre sur son budget Publicité.

Après une compétition ayant mobilisé 5 agences et une finale entre GAD et Rosbeef! - jeune agence indépendante à forte personnalité -, GAD a finalement remporté le budget.

De ces 2 finalistes ayant chacun de très bonnes qualités, le choix s'est finalement porté sur l'agence qui a su développer une approche stratégique et créative pertinente, en phase avec l'image de MINI et reposant sur une équipe solide et expérimentée.

MINI et GAD se réjouissent de leur collaboration imminente.

A propos de l'agence M&CSaatchi.GAD et du Village :

M&CSaatchi.GAD est un groupe de communication indépendant créé en septembre 2005 par Gilles Masson (G), Antoine Barthuel (A) et Daniel Fohr (D) au sein du premier réseau mondial indépendant, M&CSaatchi.

Avec un business-model unique, le Village, M&CSaatchi.GAD est spécialisé dans le plan de transformation de grandes marques.

En huit ans, le Groupe a su gagner la confiance de marques telles que Yves Rocher, La Banque Postale, Pernod Ricard, Nespresso, Suez Environnement, Elle & Vire,...

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Frédéric Bottlang
Directeur MINI
Tél : +33.1.30.43.93.16
E-Mail : frederic.bottlang@mini.fr

Estelle Suzenne
MINI Marketing Manager
Tél : +33.1.30.43.92.50
E-Mail : estelle.suzenne@mini.fr

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>

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.

Communication et relations publiques

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

Le Groupe BMW, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est l'un des constructeurs d'automobiles et de motos les plus prestigieux au monde. Entreprise de dimension mondiale, le Groupe possède 28 sites de production implantés dans 13 pays différents et dispose d'un réseau de vente mondial présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2012, les ventes réalisées par le Groupe BMW ont atteint un volume total de 1,85 million d'automobiles et plus de 117 000 motos à l'échelle mondiale. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,82 milliards d'euros sur un résultat de 76,85 milliards d'euros. Au 31 décembre 2012, les effectifs du groupe BMW étaient de 105 876 salariés à travers le monde.

De tout temps, le succès du Groupe BMW s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.