

Communiqué de presse n°1935  
23 mars 2015

## **BMW premier constructeur automobile sur Instagram en France.**

**BMW est le premier constructeur automobile en France à lancer une campagne publicitaire sur Instagram. La marque bavaroise a lancé sur cette plateforme digitale une campagne innovante pour faire la promotion de sa Nouvelle BMW Série 1.**

BMW fait partie des annonceurs pionniers, parmi de grandes marques de luxe et de lifestyle, à s'être associé à Instagram depuis son ouverture à la publicité. Dans un souci d'innovation constante, aussi bien dans le développement de ses automobiles que dans sa stratégie de communication, la marque bavaroise a créé quatre vidéos déclinées sur les thèmes du partage, du design, du lifestyle et de la technologie à l'occasion du lancement de sa Nouvelle BMW Série 1. Cette campagne digitale a débuté jeudi dernier pour une durée d'un mois.

BMW soutient des valeurs fortes autour de l'innovation, de l'esthétisme et de la passion: « BMW se réinvente chaque jour pour créer des produits et services durables pour la mobilité individuelle. La créativité, le partage et la transmission sont au cœur des valeurs de la marque. Instagram offre une belle affinité avec nos groupes-cibles pour diffuser au plus juste l'inspiration qui est au cœur de nos développements. » explique Pierre Jalady, Directeur Marketing de BMW France.

“Le différenciateur fort d'Instagram en tant que plateforme mobile est notre communauté. Notre communauté, créative et engagée, partage plus de 70 millions de photos chaque jour – et les marques sont un pilier de cette communauté. Nous proposons des outils qui permettent à des marques comme BMW de repousser leurs limites créatives et de continuer à inspirer leur communauté.” explique Laurent Solly, Directeur Général de Facebook France.

Commercialisée en France à partir du 26 mars, la Nouvelle BMW Série 1 constitue le modèle idéal pour porter cette stratégie digitale innovante. Dynamique, esthétique et connectée, la Nouvelle BMW Série 1 incarne la sportivité et la créativité sur le segment des berlines compactes Premium.

Cette campagne sur Instagram peut être mise en perspective de la démarche à long terme qu'a initié BMW depuis plus de dix ans pour soutenir la photographie contemporaine, à travers ses partenariats avec Paris Photo, les Rencontres d'Arles et la résidence BMW au musée Nicéphore Niepce. Le soutien à la création et sa diffusion auprès du plus grand nombre sont dans les gènes de la marque BMW.

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :

### **BMW France**

Adeline Boinet  
Communication Technologies  
Tél : +33 (0)1 30 43 93 78  
Email : [adeline.ab.boinet@bmw.fr](mailto:adeline.ab.boinet@bmw.fr)

Jean-Michel Juchet  
Directeur de la Communication  
Tél: +33 (0)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 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 motos. Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs

## Communiqué de presse

Date 23 mars 2015

Objet

Page 2

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 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

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, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2,118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,91 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 76,06 milliards d'euros pour l'exercice financier 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group 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.

<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/>