

## Communication et relations publiques

Communiqué de presse n° 2050  
3 février 2016

### **Le Brand Store BMW George V présente l'exposition « Michel Vaillant Art Strips » et la BMW Z4 GT3 by Michel Vaillant ayant couru aux 24h de Spa-Francorchamps.**

Du 9 février au 30 avril 2016, le Brand Store BMW George V présente une exposition consacrée aux « Michel Vaillant Art Strips ». La BMW Z4 GT3 décorée aux couleurs de Michel Vaillant et pilotée par Timo Glock, Bruno Spengler et Alessandro Zanardi lors de l'édition 2015 des 24 heures de Spa-Francorchamps sera à Paris pour cette occasion.

Les amateurs de bandes dessinées et de sport automobile pourront découvrir dans le Brand Store BMW George V pas moins de 15 adaptations de dessins de Jean Graton, le créateur de Michel Vaillant. Ces « Michel Vaillant Art Strips » proviennent des célèbres bandes dessinées et ont été retravaillés et mis en valeur par Dominique Graton, belle-fille de l'artiste et directrice artistique de la Fondation Jean Graton. Les talents conjugués du dessinateur et de la graphiste donnent naissance à de nouvelles œuvres baptisées « Michel Vaillant Art Strips ». Elles propulsent la BD culte du sport automobile dans l'art contemporain. Ces œuvres sont réalisées en tirage limité (30 exemplaires), chacune est signée et numérotée et accompagnée d'un certificat d'authenticité délivré par la Fondation Jean Graton.

Une des attractions des dernières 24 heures de Spa-Francorchamps a sans aucun doute été la BMW Z4 GT3 décorée aux couleurs Michel Vaillant. Pilotée par les anciens pilotes de F1, Timo Glock et Alessandro Zanardi ainsi que par le champion DTM 2012, Bruno Spengler, cette voiture a attiré tous les regards. Spécialement adaptée au handicap d'Alessandro Zanardi pour lui permettre de disputer sa première course de 24 heures en compagnie de ses deux coéquipiers, cette voiture présentait un autre attrait pour les nombreux spectateurs. La décoration de cette voiture de course a en effet été confiée au studio Graton qui a repris outre l'emblématique onomatopée « Vrooaarr » figurant sur les flancs, un dessin représentant les trois pilotes sur le capot avant. Pour la première fois, la BMW Z4 GT3 sera exposée en France au Brand Store BMW en l'honneur de l'exposition consacrée au « Michel Vaillant Art Strips ».

#### **Informations utiles:**

Exposition « Michel Vaillant Art Strips », du 9 février au 30 avril 2016  
Brand Store BMW George V  
38 avenue George V, 75008 Paris  
Entrée Libre du lundi au samedi de 10h à 20h

## Communication et relations publiques

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard  
Communication Corporate  
BMW Group France  
Tel : + 33 1 30 43 93 23  
maryse.bataillard@bmw.fr

[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>

### **Brand Store BMW George V**

Le Brand Store a été conçu par l'architecte Eric Carlson. Ouvert au printemps 2012, cet espace de 800 m2 est une véritable immersion au cœur de l'univers de la marque BMW. Il s'adresse à tous les passionnés d'automobile et les invite à partager l'esprit de la marque dans son environnement de prédilection. Le Brand Store BMW George V est un lieu d'expérience, un point d'échange et de rencontres privilégiées avec les visiteurs désireux de se plonger dans l'univers de la marque à l'hélice.

### **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 2015, BMW Group France a immatriculé 76.077 automobiles des marques BMW et MINI et 12.456 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 1,6 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 plus de 30 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 8,71 milliards d'euros pour



## Communication et relations publiques

un chiffre d'affaires d'environ 80,40 milliards d'euros pour l'exercice financier 2014. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 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.