



Communiqué de presse
7 juillet 2016

Retour aux sources : le nouveau site BMW Group Classic est entièrement fonctionnel.

Le service des archives, un atelier, un centre clientèle et un service de pièces détachées dédiés aux modèles classiques de la marque sont désormais réunis sous un même toit dans un lieu historique.

Munich. BMW Group Classic a fini d'emménager dans ses nouveaux locaux, situés à une adresse historique. Le service d'archives et la collection de voitures anciennes du groupe ainsi qu'un atelier et un centre clientèle avec service de pièces détachées dédiés aux modèles d'automobiles et de motos classiques sont désormais réunis au sein d'un ensemble de bâtiments du quartier munichois de Milbertshofen. En cette année du centenaire de BMW Group, l'héritage historique de l'entreprise investit sa nouvelle demeure et renoue ainsi avec ses racines. Le numéro 66 de la Moosacher Straße et ses 13 000 m² abritaient en effet autrefois l'un des premiers ateliers de production du jeune motoriste. Au cours des travaux, ce bâtiment historique a été conservé dans son état d'origine, tout comme le portail datant de la même époque, classé comme monument historique, qui offre aujourd'hui une entrée de plain-pied au cœur de l'histoire du groupe BMW.

« Ce site nous permet de tout réunir sous le même toit et d'entretenir la mémoire de notre passé dans des conditions optimales », explique Ulrich Knieps, directeur de BMW Group Classic. « Nous avons d'ores et déjà pu organiser certains grands événements comme le Concours d'élégance Villa d'Este, les Mille Miglia ou encore le Festival of Speed à partir de ce nouveau siège. La salle de conférence a également déjà fait ses preuves, notamment pour la conférence de presse tenue à l'occasion du centenaire de l'entreprise. »

Cette nouvelle adresse dédiée à BMW Group Classic offre en outre aux détenteurs et aux amateurs de modèles de collection des marques BMW, MINI et Rolls-Royce un point central pour obtenir des informations et des services liés à l'acquisition et à l'entretien de leurs voitures ou leurs motos. L'atelier de production historique sert d'espace d'exposition pour les véhicules et les nombreux objets issus de la riche collection BMW Group Classic. Les locaux et les espaces du lieu peuvent également être loués pour des événements. Des visites guidées sont aussi proposées, permettant aux participants de découvrir le nouveau site et l'histoire de l'entreprise. Les visiteurs peuvent également s'attarder au café « Mo 66 » qui offre une vue imprenable sur la verrière de l'atelier du site BMW Group Classic.



Communiqué de presse

Date 7 juillet 2016

Sujet **Retour aux sources : le nouveau site BMW Group Classic est entièrement fonctionnel.**

Page 2

Le nouveau site de BMW Group Classic offre par ailleurs au groupe tout un éventail de possibilités pour organiser des activités autour de l'histoire de l'entreprise et des trois marques BMW, MINI et Rolls-Royce. Le service d'archives du groupe permet notamment de répondre aux questions relatives à l'historique de l'entreprise, des marques et des produits. Le nouveau site offre un lieu de travail idéal aux équipes dédiées aux relations presse et au marketing, tout comme aux personnes chargées de l'événementiel et de l'organisation de salons. Forts d'une longue expérience, de solides compétences et d'un engagement passionné, les collaborateurs du centre BMW Group Classic ne se consacrent pas uniquement à l'entretien et à la restauration de modèles historiques d'automobiles et de motos mais proposent aussi leurs services pour l'acquisition ou la vente de ces modèles. L'offre de services de BMW Group Classic comprend également la location de modèles classiques ainsi qu'une boutique de pièces détachées. Avec un catalogue régulièrement enrichi de plus de 55 000 références, cette boutique propose des pièces d'origine aux détenteurs de modèles de collection à deux ou à quatre roues.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group Corporate Communications

Stefan Behr

BMW Group Classic, directeur Relations Presse et événements

Téléphone : +49 89 382 51 376

e-mail : Stefan.Behr@bmw.de

Internet : www.press.bmw.de

BMW Group Classic

Gabriele Fink

Corporate Communications

Directrice du Musée BMW et de la communication BMW Group Classic

Téléphone : +49 89 382 51 375

e-mail : gabriele.fink@bmw.de

Internet : www.bmwgroup.com



Communiqué de presse
Date 7 juillet 2016
Sujet **Retour aux sources : le nouveau site BMW Group Classic est entièrement fonctionnel.**
Page 3

Musée BMW – l’histoire au bout des doigts

Le centre BMW Welt, le Musée BMW et les sites de production du groupe sont les lieux idéaux pour permettre aux visiteurs de 7 à 77 ans de découvrir l’univers de la marque, son passé, son présent et son avenir. À ce titre, le Musée BMW joue un rôle majeur : depuis sa réouverture en 2008, il offre un aperçu complet de l’histoire de la marque et de ses perspectives d’avenir. Les jeunes visiteurs sont en outre invités à découvrir de manière approfondie tout ce qui touche à la mobilité. Le Musée Junior propose en effet une exposition dédiée aux enfants et aux adolescents qui mise sur un concept pédagogique fondé sur la découverte par le jeu. Inauguré en 1973 et classé comme monument historique depuis 1999, le Musée BMW est l’un des plus anciens musées dédiés à l’automobile en Allemagne et fait lui-même œuvre d’histoire.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le leader mondial des constructeurs d’automobiles et de motos Premium. Le Groupe offre également un ensemble de services de financement et de mobilité Premium. BMW Group possède 31 sites de production implantés dans 14 pays différents et dispose d’un réseau de vente mondial présent dans plus de 140 pays.

Lors de l’exercice 2015, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total de 2 247 millions d’automobiles et 137 000 motos à l’échelle mondiale. Avec un chiffre d’affaires de 92,18 milliards d’euros, l’entreprise a réalisé un résultat avant impôts de 9,22 milliards d’euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 244 salariés à travers le monde.

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.