

Communiqué de presse n° 2242
15 février 2017

BMW partenaire des diffusions des matches du XV de France sur Twitter avec FranceTv Publicité.

Paris. Pour la première fois en France, les amateurs de rugby ont pu regarder une compétition sportive en direct sur Twitter dimanche dernier à l'occasion du match France-Ecosse du Tournoi des 6 Nations. Cette innovation a été rendue possible grâce au partenariat entre France Télévisions, diffuseur officiel et exclusif du Tournoi des 6 Nations, BMW, partenaire officiel de la Fédération Française de Rugby, et Twitter qui a mis en place sa technologie de LIVE pour la première fois en France. Ce partenariat se poursuivra sur les matches du 25 février pour Irlande-France, du 11 mars pour Italie-France, du 18 mars autour de France-Pays de Galles. Ces directs sur Twitter sont accessibles sur le territoire français, pour les utilisateurs connectés ou non à Twitter, sur mobile comme sur PC et périphériques connectés depuis 6nations.twitter.com ou le compte @FranceTvSport.

Jusqu'au 18 mars, BMW accompagne également la diffusion des meilleurs extraits du Tournoi des 6 Nations sur Twitter avec @FranceTvSport.

Ces directs et les extraits des temps forts du tournoi sont diffusés via le compte officiel de la chaîne @FranceTvSport. Ils sont précédés d'un pre-roll publicitaire de BMW, partenaire de la compétition et première marque à participer à un tel dispositif live en France orchestré par France TV Publicité et Vizeum, l'agence conseil média de BMW.

Pierre Jalady, Directeur Marketing BMW France : « Depuis 2013, BMW France est le partenaire officiel de la Fédération Française de Rugby aussi bien au niveau de l'élite avec le XV de France et l'Equipe de France féminine, le Pôle France (moins de 19 ans et moins de 20 ans) ou encore le rugby amateur. Fort des valeurs de puissance, de dépassement de soi et de passions partagées avec le Rugby, BMW s'inscrit naturellement parmi les partenaires majeurs du ballon ovale français. L'innovation étant au cœur de nos gènes, à l'occasion du tournoi des 6 Nations et en partenariat avec Twitter et France Télévisions, BMW a naturellement choisi de devenir la première marque partenaire de la toute première diffusion en live des matches des équipes de France de rugby sur Twitter. »

Barthélémy Collin, Responsable des partenariats Sport, Twitter France : « Twitter est la plateforme pour découvrir et partager instantanément ce qu'il se passe partout dans le monde ; le Tournoi des 6 Nations fait partie de ces grands rendez-vous sportifs incontournables qui font vibrer Twitter. Nous sommes très heureux de collaborer avec FranceTV Publicité et BMW pour améliorer l'expérience du rugby en direct et innover avec l'implémentation de notre technologie LIVE en France. »

Pour plus d'informations, veuillez-vous adresser à :

BMW Group France

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél : +33 (0)1 30 43 94 34
E-mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Adeline Boinet
Communication Sport
Tél: +33 (0)1 30 43 93 78
E-mail : adeline.ab.boinet@bmw.fr

www.bmw.fr

Facebook : facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: instagram.com/BMWFrance/

Youtube: youtube.com/BMWFrance

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 plus de 5.000 salariés en France. En 2016, BMW Group France a immatriculé 85 697 automobiles des marques BMW et MINI et 13 603 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 électromobilité, 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 l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie, Paris Photo. 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), et 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 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2016, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 367 603 automobiles et plus de 145 000 motos. En 2015, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,22 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 444 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.

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>