

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2262
20 mars 2017

BMW i partenaire des 20 ans de colette.

Paris. La boutique parisienne prescriptrice de tendances colette fête ses 20 ans. BMW i s'associe à cet anniversaire emblématique et présente pour l'occasion une BMW i3 exclusive réalisée aux couleurs de colette. Cet exemplaire unique a été dévoilé aujourd'hui au Musée des Arts Décoratifs au cœur de l'installation « The Beach » du collectif new-yorkais Snarkitecture. La BMW i3 colette sera exposée au prestigieux musée jusqu'au 25 mars avant d'être installée le temps d'une semaine devant la célèbre boutique, puis présentée sur l'e-shop de colette.

colette est né en mars 1997, au 213 rue Saint-Honoré, dans le 1^{er} arrondissement de Paris. Se donnant pour mission de ré-inventer chaque jour la notion de shopping, la boutique est devenue en quelques années la référence en termes de tendances, qu'il s'agisse de mode, de high-tech, d'art, de streetwear ou de beauté. Dans un espace de 700 m² en constante évolution, clients français et internationaux se croisent au détour d'exclusivités, d'avant-premières, de séries limitées, de valeurs sûres, de jeunes premiers ou de marques oubliées. Désormais célèbre pour son « water bar » unique à Paris, colette se réinvente quotidiennement pour rester à la pointe de l'avant-garde.

BMW i, marque prescriptrice en termes de mobilité électrique premium du futur, partage avec colette une approche visionnaire et innovante de l'avenir. Créée en 2011 à partir d'une feuille blanche pour promouvoir l'électromobilité, la marque intègre pour la première fois dans l'industrie automobile le développement durable à chaque échelon de la chaîne de valeur : autonomie électrique des modèles optimisée grâce au recours à la fibre de carbone particulièrement légère, production à partir de 100% d'énergie renouvelable, procédés de fabrication moins consommateurs d'eau et d'énergie, utilisation de matériaux recyclables dans les habitacles, etc. BMW i innove également en proposant pour la première fois une offre de services connectés permettant de concevoir la mobilité en milieu urbain dans une perspective intermodale. Particulièrement adaptée à un usage urbain et péri-urbain, la BMW i3 propose un concept unique de citadine premium 100% électrique offrant jusqu'à 410 km d'autonomie selon le cycle NEDC lorsqu'elle est dotée de son prolongateur d'autonomie.

La BMW i3 colette adopte naturellement les codes couleur bleu et blanc de la boutique éponyme, mis en scène sous la forme d'un bain de bulles faisant directement écho à l'installation « The Beach » au cœur de laquelle elle a été dévoilée aujourd'hui. Déjà à l'origine de la fameuse piscine à balles de Washington, le collectif new-yorkais Snarkitecture a en effet décidé d'exporter le concept, d'abord en Floride, puis à Sydney, et enfin au Musée des Arts Décoratifs à Paris à l'occasion des 20 ans de colette. Une création qui symbolise l'esprit de découverte et la volonté de sortir des sentiers battus que partagent les deux marques associées.

Sandrine Dargaud, Manager BMW i en France, déclare : « Ce partenariat avec colette était évident pour nous. BMW i et colette habillent la ville, mais toujours avec la vision de l'après, du changement, du mouvement. Un mouvement durable et responsable. Et puis nous sommes fiers de célébrer l'anniversaire du concept-store, véritable flagship du style français. »

L'équipe colette, ajoute : « Pour « The Beach », notre priorité était de trouver des balles en plastique recyclable. Chose faite! Quel meilleur partenaire que BMW i pour s'associer à notre

Communication et relations publiques

anniversaire et ce projet fou?! Nous sommes honorés d'avoir pu développer une voiture spécialement pour l'occasion, une pièce unique, le collector ultime - souvenir de l'aventure extraordinaire qui nous attend cette semaine. »

La BMW i3 colette sera exposée du 20 au 25 mars dans la nef du Musée des Arts Décoratifs de Paris, puis du 27 mars au 1^{er} avril devant la boutique colette.

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

Olivier Wodetzki
Chef du Service Communication Produits
Tél: +33 (0)1 30 43 92 75
E-mail : olivier.wodetzki@bmw.fr

colette

Guillaume Salmon
press@colette.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 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 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 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>