

Communiqué de presse n°2308
18 mai 2017

BMW Motorrad et Heschung dévoilent leur collaboration.

Paris. Animés par une vision commune de l'héritage et de l'innovation, BMW Motorrad et Heschung ont imaginé ensemble une paire de boots inédite pour les gentlemen riders. Les deux marques, passionnées par l'authenticité, la qualité et le savoir-faire ont conçu une bottine à la fois élégante et technique.

Créée en 1934, la maison Heschung a à cœur de transmettre sa passion du « bien chausser ». Depuis trois générations, elle cultive cet héritage et fait évoluer ses collections pour hommes et femmes. Cette marque française répond ainsi aux exigences des amateurs de souliers attachés au style comme à cette haute qualité qui allie belles matières et techniques traditionnelles des cousus norvégien et goodyear.

BMW Motorrad crée depuis plus de 90 ans des motos d'exception, véritables appels à l'aventure. Attaché à l'innovation, à la sécurité et à l'esthétique, BMW Motorrad ne cesse de se dépasser pour proposer toujours plus de plaisir et d'émotions. L'esprit BMW Motorrad, c'est « Make Life A Ride », la gamme Heritage et l'iconique R nineT symbolisant parfaitement cette démarche : marier innovation et tradition, et technologie et savoir-faire pour offrir un style de vie à part.

Ce n'est pas un hasard si les deux marques, sensibles à l'authenticité et à la fonctionnalité, se sont rencontrées autour d'un projet de bottines de belle qualité pour gentlemen riders.

De cette collaboration inédite est née la Rider Boots, une bottine à utilisation mixte. Grâce à son système breveté de protection, un bracelet amovible s'emboîtant sur la semelle par à un dispositif de gorges, le Gentlemen Rider peut se concentrer sur la conduite. Le bracelet protège la chaussure de l'usure provoquée par les frottements du sélecteur et il peut marcher sans la gêne liée à une surépaisseur.

Manufacturée dans les ateliers Heschung en France, la Rider Boots bénéficie de tout le savoir-faire de la maison. Une attention particulière a été portée à chaque détail : du cuir pleine fleur à la boucle en laiton, rien n'a été négligé. Une sophistication que l'on retrouve dans la présentation : la Rider Boots est présentée dans son écrin, une boîte élégante et des housses en tissu griffées BMW Motorrad et Heschung... Une expérience complète et raffinée.

Frédéric STIK, Directeur du département BMW Motorrad confirme que « cette collaboration entre BMW Motorrad et les Ateliers Heschung s'est présentée comme une évidence. Parfaitement dans l'esprit Make Life A Ride que porte BMW Motorrad, cette Rider Boots offre aux personnes qui pratiquent la moto au quotidien, une véritable marque d'élégance. Elle a été pensée de manière à ce que le style à moto soit prolongé dans la rue et la vie de tous les jours ».

Pour Pierre HESCHUNG, Président des Ateliers Heschung, « la Rider Boots est née d'une rencontre, d'une volonté partagée, celle de vouloir créer un produit différent, une solution inédite pour préserver ses Boots lors d'échappées à moto, sans transiger ni sur l'esthétique ni sur le style ».

Communication et relations publiques

La Rider Boots est disponible au PPI¹ de 850 € à partir du 17 mai dans une quarantaine de concessions BMW Motorrad, dans les boutiques et corners Heschung et sur le site www.heschung.com.

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

BMW Group France

Clémentine Letessier

Spécialiste Communication Produit & Lifestyle BMW Motorrad

Tél : 07 50 14 89 04

Mail : clementine.letessier@bmw.fr

Patrick Lucas

Chef du service Presse Produit

Tél : 06 07 71 18 97

Mail : patrick.lucas@bmw.fr**Wellcomlink / Agence RP BMW Motorrad**

Karine BRICOUT

Tél : 01 46 34 60 60

Mail : karine.bricout@wellcom.fr

Anne-Lise MENARD

Tél : 01 53 32 11 85

Mail : annelise.menard@wellcom.fr**Heschung**

Marie LAULER

Chargée de Missions Marketing

Tél : 03 88 9141 37

Mail : m.lauler@heschung.com**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

¹ PPI : les titres sont donnés à titre indicatif. Il appartient aux revendeurs de fixer librement les prix conformément à la législation en vigueur.

Communication et relations publiques

www.bmw.fr

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWFrance>

Twitter: <http://twitter.com/BMWFrance>

Instagram: <http://www.instagram.com/BMWFrance/>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWFrance>

Linkedin: https://www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad 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 14 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 millions d'automobiles et plus de 145 000 motos. En 2016, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,67 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 94,16 milliards d'euros. Au 31 décembre 2016, les effectifs de BMW Group étaient de 124 729 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>

Ateliers Heschung

L'Alsace du Nord, partiellement couverte par le Parc naturel régional des Vosges du Nord, est un territoire où faune et flore sont préservées, et où des vestiges de magnifiques châteaux surplombent les éperons de grès.

C'est dans cet environnement très inspirant qu'Eugène Heschung, d'abord ouvrier coupeur dans l'une des douze fabriques de Dettwiller, commence à fabriquer ses propres souliers à Steinbourg en 1934. Avec la création de la fabrique, naissent les premiers brodequins et chaussures de travail réalisés artisanalement en véritable cousu norvégien ou cousu Goodyear.

Entre 1950 et 1967, les premières chaussures de ski en cuir sont destinées aux classes de neige ainsi qu'aux skieurs du Massif Vosgien. Le savoir-faire du véritable cousu norvégien s'adapte parfaitement aux exigences d'imperméabilité liées à la pratique du ski.

Dès 1968, et jusqu'en 1972, Robert Heschung s'entoure des meilleurs conseillers techniques et s'oriente vers la fabrication de chaussures de compétition. C'est une consécration pour la marque qui devient fournisseur officiel de l'équipe de France de ski et remporte neuf médailles aux pieds des champions français lors des Jeux Olympiques de Grenoble de 1968, puis huit médailles aux Jeux Olympiques de Sapporo de 1972. Heschung obtient également l'Oscar de l'exportation grâce à sa présence sur les principaux marchés (Europe, Etats-unis, Japon).

En 1990, l'arrivée de Pierre Heschung, petit-fils du fondateur, signe le lancement des collections pour l'homme et la femme en accord avec les valeurs d'authenticité de la Maison et son savoir-faire. Le style est intemporel, les lignes sobres et épurées, une rencontre exclusive entre élégance et attitude. Derbys, richelieus, loafers, mocassins, boots, bottines et bottes pour l'homme et la femme sont créés dans une multitude de matières, coloris et combinaisons.

Depuis, la quatrième génération continue l'histoire en la personne de Romain Heschung, travaillant aux côtés de son père au sein de la Maison familiale.

Avec exigence, Heschung capte et filtre les tendances afin de les interpréter avec les valeurs d'authenticité de la maison. Un soulier Heschung naît de ce subtil compromis qui allie tradition et modernité, à l'abri des modes éphémères, il est apprécié pour son élégance, son confort, sa robustesse.