

Communiqué de presse n°2675
26 avril 2019

BMW France lance la BMW M2 Competition Edition Héritage, limitée à 40 exemplaires.

Paris. Près de 50 ans après le lancement de la BMW 2002 Turbo, BMW France lance une Edition Héritage de sa BMW M2 Competition qui rend hommage aux racines sportives de son aînée. Edition réservée au marché français, elle est produite à 40 exemplaires seulement, et se dote de nombreux éléments de design rappelant, dès le premier coup d'œil, la BMW 2002 Turbo.

Il y a plus de 45 ans, la BMW 2002 Turbo était présentée à l'occasion du Salon de Francfort. Commercialisée entre 1974 et 1975, elle était la première voiture européenne d'après-guerre à se doter d'un turbo. Associée à un moteur 4 cylindres développant 170 ch et 241 Nm de couple, cette technologie lui permettait d'abattre le 0 à 100 km/h en moins de 7 secondes et d'atteindre les 210 km/h. Elle incarne encore aujourd'hui à merveille l'ambition nourrie par BMW en termes de dynamisme de conduite, d'agilité maximale et de sportivité. Au fil des années, la BMW 2002 Turbo est devenue un modèle collector très recherché dont la cote ne cesse de prendre de la valeur.

En présentant la nouvelle BMW M2 en 2015, puis la BMW M2 Competition en 2018, BMW M GmbH a prouvé que son ambition est toujours d'actualité. Forte de son 6 cylindres en ligne de 410 ch, d'un châssis spécifique de construction légère en aluminium et d'une allure extravertie, elle est particulièrement bien armée pour distiller de pures sensations de conduite sportives.

La BMW M2 Competition Edition Héritage bénéficie de ce noble ensemble mécanique, auquel elle ajoute des éléments de design encore plus sportifs, qui font la part belle au carbone.

Accessoires M Performance

- Ailettes latérales en carbone
- Caches-moyeux flottants
- Calandre en carbone
- Coques de rétroviseurs en carbone
- Diffuseur arrière en carbone
- Embouts d'échappement en carbone
- Lame avant en carbone
- Spoiler arrière en carbone

A cela s'ajoutent de nombreux éléments esthétiques spécifiques, notamment les flancs et le bouclier avant qui se parent des mythiques couleurs Motorsport rappelant l'affiliation avec la BMW 2002 Turbo.

Personnalisation spécifique

- Badge intérieur sur la console centrale avec inscription « Edition Héritage » et « 1 of 40 »
- Badges extérieurs latéraux avec inscription « Edition Héritage » et « 1 of 40 »
- Décorations aux couleurs Motorsport sur les flancs et sur le bouclier avant
- Inscription « Edition Héritage » sur la lame avant et sur les ailettes latérales
- Inscription « Héritage » sur le spoiler arrière
- Porte-clé en cuir avec inscription « Héritage »

Proposée uniquement en France, la BMW M2 Competition Edition Héritage est disponible à partir de 75 000 €, en édition limitée à 40 exemplaires. Elle sera présentée au public à l'occasion du BMW M Town Festival qui se tiendra à Magny-Cours les 27 et 28 avril, et participera au Tour Auto Optic 2000 à partir du 29 avril.



Pour plus d'informations, merci de contacter :

Olivier Wodetzki
Chef du Service Communication Marques,
Produits et Technologies
Tél : 01 30 43 92 75
E-Mail : olivier.wodetzki@bmw.fr

Pierre-Alexandre Cornillon
Responsable Communication Produits
BMW
Tel : 01 30 43 93 53
E-mail : pierre-alexandre.cornillon@bmw.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 2018, BMW Group France a immatriculé 84 931 automobiles des marques BMW et MINI et 15 645 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

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 acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. 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 dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: 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 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 2018, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 490 000 automobiles et plus de 165 000 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw