

Communiqué de presse n°2707
25 juin 2019

Concevoir pour l'avenir : le Département Design de BMW Group imagine déjà le futur du plaisir de conduire.

Munich. Comment allons-nous nous déplacer dans le futur ? Le Département Design de BMW Group est déjà en train de façonner la manière dont nous ferons l'expérience du plaisir de conduire dans le futur. Les domaines innovants de la conduite autonome, de la connectivité, de l'électrification et des services (ACES) vont ouvrir de nouvelles opportunités et expériences - et, en même temps, annoncent un changement de paradigme dans l'industrie automobile. BMW Group considère le design comme la clé de cet avenir : il donne forme à des domaines d'innovation et donne vie à la technologie. Le design a aussi le pouvoir de penser au-delà du possible et de mettre en mouvement des développements ambitieux. BMW Group l'a déjà démontré en lançant la première génération de BMW X5, le pionnier du segment des SUV premium, le Controller iDrive, que l'on trouve aujourd'hui dans pratiquement tous les véhicules, ou encore les modèles BMW i. Toutes ces innovations ont été les premières de leur espèce et ont marqué une avancée significative dans le secteur automobile.

Nous concevons des expériences.

À l'avenir, les conducteurs pourront choisir de conduire de façon autonome (en mode "EASE") ou de conduire eux-mêmes (en mode "BOOST"). Les modes "EASE" et "BOOST" constituent la base de la conception de chaque futur modèle BMW. Le concept se résume de la façon suivante : "EASE your Life – BOOST your Moment." Les expériences "EASE" et "BOOST" illustrent ce à quoi le Département Design de BMW Group aspire, mais aussi ce à quoi pourraient ressembler les futurs produits : la raison d'être du design va bien au-delà du choix de la forme. Le Département Design de BMW Group crée des expériences. L'automobile n'est plus seulement un "véhicule", elle peut devenir un lieu de détente, d'interaction, de divertissement et de concentration. Dans le même temps, elle peut aussi devenir l'ultime machine à rouler, permettant aux clients d'expérimenter de nouvelles sensations de conduite. La voiture sera transformée en un nouvel espace de vie dédié aux besoins et aux désirs des clients. Le Département Design de BMW Group applique les champs d'innovation ACES sous toutes leurs formes pour créer cet espace d'expérience.

"EASE your Life – BOOST your Moment."

Ce à quoi pourraient ressembler concrètement ces expériences dans le futur prend la forme de deux concepts Vision : la BMW Vision iNEXT, dévoilée en 2018, et la toute nouvelle BMW Vision M NEXT. Chacune d'entre elles représente une mise en œuvre prototypique des mondes futurs de l'expérience BMW "EASE" (BMW Vision iNEXT) et "BOOST" (BMW Vision M NEXT). "EASE" englobe toutes les expériences vécues pendant que le véhicule s'occupe lui-même des tâches de conduite. "BOOST", à l'inverse, est une expérience de conduite active et marquante. Dans les futures gammes de produits, le Département Design de BMW Group produira un large éventail d'expériences où ces deux mondes se rencontreront dans un avenir proche.

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 Bedhome
Responsable Communication
Technologies
Tel : 01 30 43 93 78
E-Mail : pierre.bedhome@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 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 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