

Communiqué de presse 2737
30 septembre 2019

MINI Society : première plateforme communautaire pour les clients MINI en France.

Paris. MINI est l'une des marques automobiles les plus fédératrices qui soit. C'est la raison pour laquelle MINI France lance MINI Society, première plateforme communautaire réservée aux clients VN et VO, qui permet de prolonger l'expérience de la marque au-delà de la conduite du véhicule. Cette plateforme en ligne offre aux clients MINI un univers de services sur mesure, l'accès à des privilèges exclusifs et la possibilité de vivre des expériences inédites aux côtés de ceux qui partagent leur passion pour la marque.

La plateforme MINI Society est composée de 5 rubriques :

- « Mes invitations » : pour vivre et partager des événements uniques dans l'esprit MINI comme, par exemple, des road trips en MINI, des visites des usines de production MINI, des journées d'essais sur circuit ou encore des invitations chez les partenaires de la marque.
- « MINI Society Mag » : pour suivre la marque au travers d'un contenu éditorial axé sur les centres d'intérêts de la communauté MINI comme le sport, la gastronomie ou le voyage. Pour découvrir également le récit de passionnés de MINI au travers de portraits authentiques.
- « Mon carnet de route » : pour façonner sa propre aventure MINI en enregistrant les bonnes adresses et les bons plans partagés dans la rubrique « MINI Society Mag ».
- « Ma concession » : pour enregistrer une concession d'achat et/ou d'entretien du réseau MINI et pouvoir consulter les informations pratiques, les tarifs ou même prendre rendez-vous directement depuis le portail.
- « Ma MINI » : pour obtenir facilement toutes les informations relatives à sa voiture comme par exemple le manuel utilisateur, la fiche technique, des précisions sur les offres de financement ou d'entretien disponibles.

Le premier événement réservé à la communauté MINI dans le cadre du lancement de MINI Society se déroulera le samedi 5 octobre 2019. Les clients tirés au sort participeront à une journée exclusive MINI John Cooper Works organisée par MINI France sur l'Autodrome de Linas-Montlhéry (91).

Les inscriptions à MINI Society sont d'ores et déjà ouvertes. Pour s'inscrire, les clients MINI sont invités à se rendre directement à l'adresse : <https://minisociety.fr/>.

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
Produits MINI
Tél : 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. 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