

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2842
25 août 2020

BMW partenaire pour la 10^{ème} année consécutive du Tour Auto Optic 2000.

Paris. La marque BMW s'associe pour la 10^{ème} année consécutive à l'une des compétitions automobiles classiques les plus renommées : le Tour Auto Optic 2000. Du 31 août au 5 septembre (après un report dû à la crise sanitaire actuelle), sur un parcours reliant Paris au Circuit Paul Ricard, BMW sera présent sur l'événement à la fois en tant que concurrent et en tant que partenaire officiel.

Frank-Emanuel Schlöder, Directeur Marketing de BMW France : « BMW est riche d'une histoire de 104 ans, nos produits ont fasciné tant de générations jusqu'à aujourd'hui ! Et les succès sportifs ont fait de nous un motoriste de renom, tourné vers le plaisir de conduire. Aussi était-il tout naturel de nous associer au Tour Auto Optic 2000, avec lequel nous avons en commun d'évidentes valeurs de plaisir, de performance, de passion, de partage. Et un certain art de vivre. »

Mélange habile de découverte touristique et de compétition sportive, le Tour Auto Optic 2000, rétrospective du Tour de France Automobile, sillonne les routes secondaires françaises selon un parcours renouvelé chaque année. L'itinéraire est entrecoupé d'épreuves chronométrées sur routes fermées et sur circuit qui déterminent le classement final. Pour participer à l'épreuve, devenue l'un des événements du sport automobile historique les plus reconnus dans le monde, il faut présenter une voiture éligible ayant déjà couru le Tour de France Automobile entre 1951 et 1973. Deux catégories de classement sont proposées aux concurrents : « Compétition » ou « Régularité ».

Cette année, plus de 210 voitures de sport classiques traverseront la France du 1er au 5 septembre, avec pour villes étapes Paris, Clermont-Ferrand, Limoges, Toulouse, Le Pont du Gard et Le Castellet.

Pour cette 29^{ème} édition, la marque à l'hélice a souhaité engager deux BMW 3.0 CSL. Modèles emblématiques développant 200ch pour 1250kg, elles seront pilotées par les équipages Patrick Lucas / Dominique Chapatte et Jérôme Fombelle / Christian Martin.

Pour encadrer les quelques 210 équipages, BMW mettra à disposition de l'organisateur Peter Auto 41 véhicules de sa gamme destinés à la logistique, à l'assistance rapide et aux liaisons, ainsi que 4 véhicules ouvreurs.

Lors de la soirée de lancement de cette 29^{ème} édition du Tour Auto Optic 2000, qui se tiendra le 31 août sous la verrière du Grand Palais, l'espace BMW accueillera la BMW M2 CS, édition limitée à 2200 exemplaires, dont le volant sera confié à Ari Vatanen, ouvrier sur les Épreuves Spéciales et ambassadeur de la marque BMW. Autre surprise de taille : la nouvelle BMW M8 Gran Coupé First Edition, limitée à 8 exemplaires dans cette version. François Chatriot, Champion de France des Rallyes en 1989 et 1990 sur une BMW M3, se verra confier une BMW M4 pour sa troisième participation en tant qu'ouvreur.

F.-E. Schlöder : « Il y a beaucoup de plaisir et même une certaine émotion à voir ces fabuleuses automobiles de cinquante ou soixante ans s'élancer et traverser la France. Elles sont encore capables d'accomplir des miracles mais nous devons en prendre soin. Notre mission est de sauvegarder le patrimoine de la marque BMW. Pour cette raison, nous déployons au sein des concession et ateliers du réseau BMW en France la certification « BMW Classic ».

Cette certification propose, aux propriétaires de BMW anciennes et youngtimers, des services complets dans les domaines de l'entretien, de la réparation, de la restauration et de la distribution de pièces, un accès exclusif aux archives de la marque ainsi que des conseils d'experts concernant l'achat et la vente de véhicules. »

Communication et relations publiques

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

BMW Group France

Ludovic Leguem
Chef du Service Communication Marques,
Produits et Technologies
Tél : 01 30 03 15 52
E-Mail : ludovic.leguem@bmw.fr

Pierre-Alexandre Cornillon
Responsable Communication
Produits BMW
Tél : 01 30 03 12 18
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 près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme 15 modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

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 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: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

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 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 000 automobiles et plus de 175 000 motos. En 2019, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,118 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 104,21 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, les effectifs de BMW Group étaient de 126 016 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: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw