

Communiqué de presse n°2988

Mardi 17 août 2021

BMW partenaire du Tour Auto Optic 2000 pour la 11^{ème} année consécutive. **Communiqué.**

Paris. La marque BMW s'associe pour la 11^{ème} année consécutive à l'une des compétitions automobiles classiques les plus renommées : le Tour Auto Optic 2000. Du 30 août au 4 septembre 2021, sur un parcours reliant Paris à Nice, BMW sera présent sur l'événement à la fois en tant que concurrent et en tant que partenaire officiel.

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, près de 230 voitures de sport classiques traverseront la France, avec pour villes étapes Paris, Beaune, Aix-les-Bains, Valence, Nîmes et Nice.

Pour cette 30^{ème} édition, la marque à l'hélice engage deux modèles emblématiques issus de la « Neue Klasse » dont les variantes sportives portant l'appellation « ti » (pour Turismo Internazionale) ont fait le succès et la notoriété sportive de BMW dans les années 60 et au début des années 70 :

- une BMW 1800 TI (1965) pilotée par l'équipage Jérôme Fombelle / Christian Martin (Sport Auto Classiques / Auto Plus Classiques),
- une BMW 2002 tii (1973) pilotée par l'équipage Géraldine Gaudy / Mathieu Sentis (L'argus).

L'engagement de ces deux modèles est un clin d'œil évident à l'actualité de la marque, cette appellation sportive ayant fait son grand retour cette année avec le lancement de la Compacte sportive BMW 128ti.

En complément des deux équipages engagés dans la compétition, un troisième duo prendra la route de cette 30^{ème} édition. Non-engagée officiellement dans la compétition, une très exclusive BMW Z8 sera l'invitée remarquée de l'évènement. À son bord, l'équipage Patrick Lucas / Dominique Chapatte (M6 Turbo) fera vivre aux téléspectateurs les « à-côtés » d'une semaine de compétition sur le Tour Auto Optic 2000.

Pour encadrer les quelques 230 équipages, BMW mettra à disposition de l'organisateur Peter Auto 46 véhicules de sa gamme destinés à la logistique (dont 2 motos), à l'assistance rapide et aux liaisons, ainsi que 4 véhicules ouvriers.

Lors de la soirée de lancement de cette 30^{ème} édition du Tour Auto Optic 2000, qui se tiendra pour la toute première fois au Grand Palais Ephémère le 30 août, l'espace BMW accueillera la très exclusive BMW M5 CS et ses 635 ch, dont le volant sera confié à Ari Vatanen, ouvrier sur les Épreuves Spéciales et ambassadeur de la marque BMW. François Chatriot, Champion de France des Rallyes en 1989 et 1990 sur une BMW M3, se verra confier la toute nouvelle BMW M3 Competition Berline pour sa 4^{ème} participation en tant qu'ouvrier.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

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 pièces de rechange et accessoires 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 2020, BMW Group France a immatriculé 67 359 automobiles des marques BMW et MINI et 18 081 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 de 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.

En 2020, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos. En 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, les effectifs de BMW Group étaient de 120 726 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