

Communiqué de presse n°3031  
24 Novembre 2021

**BMW M GmbH marque le lancement de l'année anniversaire.  
À l'occasion de son 50<sup>ème</sup> anniversaire, l'emblématique logo  
"BMW Motorsport" fait son retour sur les automobiles BMW M.  
Le coup d'envoi d'une année riche en présentations et en  
événements pour la marque.**

**Munich.** Le 24 mai 2022 marquera le 50<sup>ème</sup> anniversaire de la création de BMW M GmbH. La filiale de BMW Group propose déjà, avec près d'un trimestre d'avance sur la date anniversaire, des références à l'histoire et un esprit de célébration au sein de sa gamme actuelle. Les clients qui optent pour une BMW M (production : à partir de mars 2022) peuvent faire apposer à l'avant, à l'arrière et sur les moyeux de roue de leur véhicule des emblèmes inspirés du logo historique "BMW Motorsport". Alternative à l'emblème BMW traditionnel, il symbolise la passion pour la course automobile et les racines de la marque BMW M. Cette proposition unique dans l'histoire de BMW M pourra être commandée à partir de fin janvier 2022.

En complément des badges, 50 teintes de carrosserie BMW M emblématiques et historiques seront proposées sur une sélection de modèles en 2022, année du cinquantième anniversaire de la marque. Des couleurs marquantes telles que Dakargelb, Feuerorange, Daytona Violett, Macaoblau, Imolarot ou Frozen Marina Bay Blue se réfèrent aux différentes époques des 50 ans d'histoire de BMW M.

Le logo BMW avec ses demi-cercles décalés en bleu, violet et rouge a été utilisé pour la première fois en 1973 sur les voitures de course de la société BMW Motorsport GmbH, créée l'année précédente. Ce n'est qu'en 1978, avec les débuts de la BMW M1, que les trois bandes de couleur inclinées vers la droite et inspirées de la lettre M ont été ajoutées. Elles sont restées jusqu'à aujourd'hui un signe distinctif particulièrement reconnaissable et identifiable, même au-delà du monde du sport automobile. La légendaire BMW M1 était la seule voiture de série BMW M "haute performance" à porter l'emblème historique du sport automobile en plus du logo à trois bandes de couleur. Dans les deux logos, le bleu représente BMW, tandis que le rouge symbolise le sport automobile et que le violet exprime le lien entre les deux. Entre-temps, le violet a fait place à un bleu foncé et la société BMW Motorsport GmbH est devenue BMW M GmbH en 1993. Cela n'a rien changé à la grande force symbolique de la marque et du logo. Dans sa 50<sup>ème</sup> année d'existence, l'entreprise connaît un succès sans précédent en tant que leader mondial dans son segment.

"Avec l'emblème historique "BMW Motorsport", nous souhaitons partager avec les fans de la marque, notre joie concernant l'anniversaire de BMW M GmbH", déclare Franciscus van Meel, président du conseil d'administration de BMW M GmbH. "Nous avons une grande année devant nous, qui sera célébrée avec des produits uniques mis en avant et des performances incroyables. « M » a longtemps été considérée comme la lettre la plus puissante du monde, et en cette année d'anniversaire, elle l'est plus que jamais."

BMW M GmbH vise également un nouveau record de ventes en 2021. Ses automobiles de sport jouissent d'une popularité croissante dans le monde entier, qui sera alimentée une fois de plus par les nouveaux produits phares de l'année « anniversaire ». Pour la première fois, l'entreprise lancera une BMW M3 Touring dans le courant de l'année 2022. En outre, les fans de la marque, particulièrement axés sur la performance, pourront se réjouir de la sortie d'un modèle spectaculaire de la BMW M4 Coupé. Le modèle succédant à la célèbre BMW M2 est également déjà à un stade avancé de son processus de développement de série. Parallèlement, l'électrification de la marque BMW M se poursuit. Au cours de l'année anniversaire, le premier modèle haute performance électrifié de l'histoire de BMW M GmbH sera lancé.

BMW M GmbH ne fêtera pas seulement son anniversaire avec de nouveaux produits fascinants, mais aussi dans le cadre de nombreux événements. L'anniversaire sera célébré en mai 2022 au Concorso d'Eleganza Villa d'Este sur le lac de Côme en Italie du Nord, puis au Goodwood Festival of Speed en Grande-Bretagne et au Concours d'Élégance de Pebble Beach en Californie. La course des 24 heures du Nürburgring est également une occasion bienvenue pour BMW M GmbH de passer en revue sa propre histoire à succès avec ses fans et de susciter l'enthousiasme pour l'avenir de BMW M GmbH.

En France, les trois étapes 2022 du BMW Passion Tour ainsi que les différents événements dont BMW France est partenaire seront des occasions supplémentaires de fêter les 50 ans de BMW M avec les clients et fans de la marque.

**Pour plus d'informations, merci de contacter :**

Pierre-Alexandre Cornillon  
Responsable Communication Produits  
BMW  
Tél : 01 30 03 12 18  
E-mail : [pierre-alexandre.cornillon@bmw.fr](mailto: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 le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. 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 l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. 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](http://www.bmw.fr)

Facebook: [www.facebook.com/BMWFrance](https://www.facebook.com/BMWFrance)

Twitter: [www.twitter.com/BMWFrance](https://www.twitter.com/BMWFrance)

Instagram: [www.instagram.com/bmwfrance](https://www.instagram.com/bmwfrance) et [www.instagram.com/bmwgroupculture\\_fr](https://www.instagram.com/bmwgroupculture_fr)

YouTube: [www.youtube.com/BMWFrance](https://www.youtube.com/BMWFrance)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/bmw-group-france](https://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](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: [www.facebook.com/BMWGroup](https://www.facebook.com/BMWGroup)

Twitter: [www.twitter.com/BMWGroup](https://www.twitter.com/BMWGroup)

YouTube: [www.youtube.com/BMWGroupView](https://www.youtube.com/BMWGroupView)

Instagram: [www.instagram.com/bmwgroup](https://www.instagram.com/bmwgroup)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/bmw](https://www.linkedin.com/company/bmw)