

Communiqué de presse n°3065
24 février 2022

"WE ARE M" - BMW M célèbre son 50^{ème} anniversaire avec une communication riche en émotions.

Coup d'envoi le 24 février avec un film présentant BMW M Huddle. Une campagne en quatre chapitres. L'année de l'anniversaire marque le début de la transformation : nouvelles performances, électrification et luxe caractériseront BMW M à l'avenir.

Munich. Lorsque BMW M GmbH fêtera ses 50 ans le 24 mai prochain, les festivités organisées à l'occasion de cet anniversaire auront déjà commencé. Les célébrations vont débiter le 24 février par un événement unique : dans un film, plusieurs modèles BMW M et leurs pilotes se réunissent pour un « huddle ». La plupart des sports d'équipe connaissent ce type de rassemblement pour coordonner les stratégies, se motiver et s'encourager mutuellement. Il est mis en scène de manière spectaculaire avec de nombreux modèles BMW M.

Le film consacré à ce rassemblement sportif montre de manière émouvante ce qu'est la communauté internationale BMW M. Aussi différents que soient les modèles et les personnes qui les composent, tous aiment l'accélération du rythme cardiaque et la chair de poule que déclenche chaque BMW M. Aussi enthousiastes qu'ils soient, ils suivent leur propre voie, sont courageux et prennent position. Ce qui les unit, c'est la passion pour cette sensation particulière que ressent tout conducteur d'une BMW M. Ils ressentent tous : « WE ARE M » (en français : « NOUS SOMMES M »).

"Nous sommes fiers de cette ouverture éclatante de notre année anniversaire le 24 février. Le film "Huddle Speech" s'inscrit dans la tradition des films exceptionnels pour BMW M, tout en étant différent : il sonne le glas de notre transformation. Nous regardons vers l'avant, mais nous continuons à créer un refuge pour ce sentiment qui caractérise la grande communauté de fans de BMW M", explique Timo Resch, directeur de la clientèle, de la marque et des ventes de BMW M GmbH. "Nous voulons célébrer avec tous les fans, avec notre communauté internationale, c'est pourquoi nous réservons des surprises sur tous les canaux de communication, tout au long de l'année. Nous nous en réjouissons beaucoup".

« WE ARE M » représente tout ce qui a été et tout ce qui sera.

Le slogan créé spécialement pour cette année d'anniversaire illustre le sentiment de la communication : BMW M a de multiples facettes, se présente toujours de manière différente et

nouvelle, mais est toujours reconnaissable. De la BMW M1 Procar à la BMW XM Concept en passant par la BMW i4 M50, BMW M se définit par un véritable feu d'artifice automobile. Ce qui les unit, malgré leurs différences, c'est leur caractéristique principale : être BMW M. Et donc, depuis toujours, différente, originale et énergique - c'est exactement ce que reprend la campagne.

La campagne des 50 ans est divisée en quatre chapitres, dont chacun est activé pendant un trimestre. Tandis que le premier chapitre, le "Huddle Speech", lance le thème de base des 50 ans de BMW M, le deuxième sera marqué par les 50 ans d'histoire de BMW M en matière de sport automobile. Le troisième chapitre sera consacré à l'électrification, tandis que le quatrième se concentrera sur le style de vie. Au cours de l'année, BMW M GmbH présentera un grand nombre de nouveaux modèles spectaculaires. En outre, la marque se montrera lors de nombreux événements internationaux majeurs. L'«emblème anniversaire BMW Motorsport» récemment dévoilé n'est qu'une des nombreuses autres surprises réservées à la communauté BMW M mondiale.

Avec son héritage, BMW M se tourne vers l'avenir.

La communication globale à l'occasion du 50ème anniversaire jette également un regard en arrière sur l'histoire sans précédent de BMW M GmbH, sur le vécu, les réalisations et les succès dans le segment de la performance et de la haute performance. Citons à titre d'exemple la campagne numérique "Only in M Town" de 2018 qui, déjà à l'époque, a donné un véritable foyer à l'état d'esprit des passionnés de BMW M.

Mais BMW M ne s'arrête pas à ses origines, elle les prend comme une force pour se transformer pour l'avenir. Comme l'indiquent déjà les trois chapitres à venir de la campagne, BMW M s'oriente vers de nouvelles performances, l'électrification et le style de vie typiquement BMW M. Car BMW M est et reste « Le plaisir de conduire ». Après un demi-siècle et pour l'avenir.

Lien vers le film : https://youtu.be/Jt_JL29K6Us

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

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 2021, BMW Group France a immatriculé 71 306 automobiles des marques BMW et MINI et 20 333 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, Faurecia. 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 million de voitures 100% électriques circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

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

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