

Communiqué de presse n°3201
17 mai 2023

Première mondiale au Port de Cannes : BMW et TYDE présentent THE ICON, symbole d'une mobilité plus durable sur l'eau.

+++ Présentation officielle lors du 76ème Festival de Cannes +++ BMW souligne son rôle de leader dans le développement de solutions innovantes pour une mobilité sans émissions et toujours aussi luxueuse +++ Projet de collaboration entre BMW et le constructeur de bateaux TYDE avec un concept de Designworks +++ Les batteries haute tension de BMW i fournissent un système de transmission électrique puissant +++ La bande sonore est l'œuvre du compositeur de musique de film Hans Zimmer +++

Munich/Cannes. Le 76e Festival de Cannes est en cours, mais l'une des premières mondiales spectaculaires à l'affiche se vivra dans la zone portuaire de la ville du sud de la France plutôt que sur un écran de cinéma. C'est là que BMW et le constructeur de bateaux TYDE présentent THE ICON, un symbole d'une mobilité plus durable sur l'eau. THE ICON est la première embarcation marine à batterie de ce type et associe le voyage sans émission au luxe.

D'une longueur de 13,15 mètres et d'une vitesse maximale de 30 nœuds, THE ICON est le précurseur d'un nouveau type de bateau à propulsion électrique. BMW a eu l'idée et a développé ce concept avec cette collaboration. Ce projet innovant est le résultat d'un partage approfondi de connaissances entre des experts issus d'une multitude de secteurs de la mobilité, sous la direction des équipes BMW. Les créateurs du centre d'innovation Designworks, une filiale de BMW Group qui possède des studios à Los Angeles, Munich et Shanghai, sont responsables de la conception de THE ICON. Le développement et la réalisation du concept ont été confiés au constructeur de bateaux TYDE. Le puissant système de propulsion électrique tire son énergie des batteries haute tension fournies par BMW i. L'expérience de voyage maritime créée par cette confluence de talents est accompagnée d'une bande sonore exclusive composée par Hans Zimmer, grand nom de la musique de film deux fois Oscarisé.

BMW ouvre la voie à des concepts innovants en matière de mobilité plus durable.

En tant que pionnier de THE ICON, BMW démontre une fois de plus son engagement global en faveur de la mobilité plus durable, qui englobe non seulement le transport routier, mais aussi les déplacements sur l'eau. La mise en

commun de l'expertise technologique dans différents domaines permet de créer des solutions révolutionnaires qui placent l'homme au centre des préoccupations. THE ICON incarne également une forme de luxe tournée vers l'avenir. Ce bateau innovant séduit par son design unique et offre aux passagers une toute nouvelle expérience de la mobilité. Ici, dans une ambiance exclusive à bord, le confort exquis converge avec un impact environnemental considérablement réduit.

Les innovations issues de la course de voiliers permettent l'électrification et la décarbonisation sur l'eau.

THE ICON utilise un système de propulsion électrique à batterie pour établir de nouvelles normes dans son secteur à divers égards. Jusqu'à présent, la mobilité marine électrique était limitée à des bateaux plus petits, plus lents et disposant d'une autonomie relativement faible. Quant au segment des bateaux plus rapides et à plus grande autonomie, il est dominé par les modèles équipés de moteurs à combustion. THE ICON redéfinit la relation entre les dimensions, la vitesse maximale et l'autonomie d'un bateau à propulsion électrique.

Cela est possible grâce à une innovation issue de la course de voiliers : les hydrofoils. Ceux-ci réduisent les besoins en énergie jusqu'à 80 % par rapport à une coque conventionnelle. La technologie des foils - par laquelle l'embarcation repose sur des structures en forme d'ailes sous le niveau de l'eau, tandis que la coque flotte au-dessus de la surface de l'eau - permet également d'améliorer le confort de voyage et d'atteindre des vitesses plus élevées.

Ces deux moteurs électriques de 100 kW convertissent les 240 kWh d'énergie fournis par six batteries de la BMW i3 en une autonomie impressionnante de plus de 50 milles nautiques (environ 100 km). Le bateau peut atteindre une vitesse d'exploitation de 24 nœuds et une vitesse maximale de 30 nœuds (55 km/h). Grâce à son système de propulsion innovant et à la technologie des foils, THE ICON progresse presque sans bruit, sans vibrations ni chocs et sans émettre de vagues.

Le système Dolby Atmos, qui offre une qualité audio exceptionnelle, garantit une ambiance sonore tout aussi impressionnante à bord. Lorsqu'il s'est agi de développer le concept sonore - comprenant la note du système d'entraînement et les tonalités agréables et intuitives des fonctions - pour la tâche à accomplir, BMW s'est tourné vers Hans Zimmer, double lauréat de l'Academy Award. Les créations acoustiques révolutionnaires imaginées par le compositeur hollywoodien marquent le début d'une nouvelle ère dans le plaisir de voyager durablement sur l'eau.

THE ICON : un pouvoir d'innovation inégalé qui se reflète également dans son design.

L'équipe de conception avait pour mission de traduire le concept unique de THE ICON en une expérience emblématique - de son impact visuel initial depuis

l'extérieur jusqu'à la vue depuis l'intérieur. Le fuselage de l'embarcation, qui se compose d'une coque très plate et d'un élément de support central pour l'architecture transparente, est façonné par un langage de conception techniquement précis. La silhouette de base, avec sa forme de prisme, permet une largeur de 4,5 mètres dans la partie arrière. Cela crée une entrée très spacieuse dans le luxueux salon. La coque elle-même se distingue par sa structure légère en forme d'origami. La technologie des foils permettant une expérience de voyage particulièrement douce, les concepteurs ont profité de l'occasion pour remplacer les sections latérales conventionnelles d'un bateau par de grandes surfaces vitrées. Les passagers bénéficient ainsi d'une vue extraordinaire pendant qu'ils glissent au-dessus de l'eau. Des bandes lumineuses LED modernes à la proue et à la poupe, ainsi que les points de connexion de recharge, contribuent à l'effet iconique de THE ICON.

THE ICON : un lieu de rencontre qui s'intègre dans tous les ports.

Des portes vitrées en angle donnent accès à un salon qui, avec ses meubles au design artistique posés sur une moquette luxueuse, évoque un kaléidoscope. Chaque pièce est formée de sections de tôle dont la structure superficielle granuleuse reflète la lumière du soleil sur le sol, comme des vagues sur la mer.

Les sièges rotatifs à 360° sont au cœur d'une expérience centrée sur l'utilisateur, avec toutes les fonctions essentielles - y compris un système de divertissement sur tablette - disposées à portée de main. D'une simple rotation, les sièges peuvent être repositionnés pour faciliter les interactions sociales. Il s'agit d'un lieu de rencontre raffiné qui se sentira à l'aise dans n'importe quel port.

L'interface BMW regroupe les instruments nautiques au sein d'une unité de commande numérique.

Le poste de commande de l'embarcation est situé au centre du pont et représente une proposition convaincante avec sa roue de navire et ses instruments au design BMW authentique. À la place des instruments nautiques traditionnels se trouve une nouvelle interprétation de l'interface BMW qui regroupe toutes les fonctions importantes au sein d'une unité de commande numérique. L'intersection entre l'homme et la machine se présente sous la forme d'un écran tactile de 32 pouces avec une résolution de 6k et l'aspect et la sensation du système de contrôle/opération BMW iDrive. Associé au système d'exploitation BMW 8, il ouvre une nouvelle dimension dans la visualisation des informations et l'interaction numérique. Des fonctions clés telles que les informations sur l'autonomie et les bulletins météorologiques peuvent être appelées à l'aide de commandes vocales.

Le bateau révélé pour la première fois à Cannes n'est pas une étude de design ou un concept, mais un exemple de son genre entièrement prêt à la production et doté d'une technologie d'avant-garde. THE ICON s'appuie sur un concept de plate-forme offrant une grande adaptabilité aux souhaits et aux besoins individuels, tant

en termes d'expérience émotionnelle que d'aménagement intérieur. Il est axé sur les modes de vie modernes et urbains et peut être utilisé comme moyen de transport maritime aussi bien par des clients privés soucieux du luxe que dans le secteur commercial. Les embarcations produites sur la base de THE ICON accéléreront la cause de la mobilité de luxe sans émissions sur l'eau et ouvriront un tout nouveau segment. Leur mission sera d'inspirer une mobilité sur l'eau sans CO2 - sans polluer l'environnement, sans bruit, mais avec un confort maximal.

THE ICON impressionne par la puissance de son système de propulsion qui ne génère ni bruit ni émissions. La technologie des foils lui permet d'atteindre des vitesses élevées sans générer de vagues ni traîner de sillage derrière lui. En effet, THE ICON ne laisse derrière lui que du plaisir et de la joie à chaque voyage.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Chef du service communication corporate & RSE
01 30 03 19 41
Maryse.bataillard@bmw.fr

Myriam Ahdjoudj
Responsable communication corporate
01 30 03 14 70
Myriam.Ahdjoudj@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 2022, BMW Group France a immatriculé 71 088 automobiles des marques BMW et MINI et 20 929 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.

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'entreprenariat 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

Communication et relations publiques

les domaines de la finance et de la mobilité. BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2022, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de près de 2,4 millions d'automobiles et plus de 202 000 motos. En 2022, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 23,5 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,6 milliards d'euros. Au 31 décembre 2022, les effectifs de BMW Group étaient de 149 475 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. L'entreprise a fixé très tôt le cap pour l'avenir et place systématiquement la durabilité et la gestion efficiente des ressources au cœur de son approche stratégique, depuis la chaîne d'approvisionnement jusqu'à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits, en passant par la production.

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