

BMW est partenaire officiel de la 78e édition du Festival de Cannes dont Juliette Binoche, Amie de la Marque, préside le Jury.

- La marque BMW est heureuse de poursuivre son partenariat avec le prestigieux Festival de Cannes pour la quatrième année consécutive.
- Le festival, qui se déroule du 13 au 24 mai 2025, accueille l'actrice française Juliette Binoche, Amie de la Marque BMW, en tant que Présidente du Jury.
- A cette occasion, BMW met à disposition ses plus beaux modèles 100% électriques pour offrir aux stars et invités VIP des déplacements sans émission à l'usage et une arrivée pleine d'allure au pied du tapis rouge.

Cannes, France – 15 mai 2025 – BMW renouvelle son partenariat avec le Festival de Cannes pour la quatrième année consécutive, s'associant ainsi au festival de cinéma le plus renommé au monde.

En tant que partenaire automobile officiel, BMW met à disposition une flotte de véhicules 100% électriques de pointe, dont des BMW i7 et BMW iX, pour accompagner les VIP lors de cet événement incontournable du septième art.

BMW continue ainsi de renforcer sa relation avec le Festival de Cannes, illustrant un engagement commun en matière d'innovation et de durabilité.

Juliette Binoche, Amie de la Marque BMW et Présidente du Jury

Amie de la Marque BMW, l'actrice française et icône du cinéma mondial Juliette Binoche a créé l'évènement en intervenant lors de la conférence de presse de BMW Group au Mondial de l'Automobile le 14 octobre dernier. Cette année, la 78e édition du festival de Cannes a l'honneur de l'accueillir en tant que Présidente du Jury. Avec une carrière qui s'étend sur plusieurs décennies, elle est la première actrice avec Julianne Moore, et à ce jour la seule Française à avoir reçu un prix d'interprétation dans les trois plus grands festivals de cinéma : Cannes, Venise et Berlin. Son talent a également été récompensé par un César, un Oscar, un BAFTA et le Prix Romy-Schneider, consolidant ainsi sa place parmi les plus grandes actrices de notre époque. Son rôle en tant que Présidente du Jury au Festival de Cannes 2025 souligne son engagement envers l'excellence artistique, faisant d'elle une parfaite représentante de BMW, marque passionnée pour laquelle l'art de vivre et la créativité sont au cœur de l'expérience.

Lors de la cérémonie d'ouverture du Festival de Cannes, Juliette Binoche a prononcé un discours poignant, illustrant son engagement et son implication

profonde, non seulement en tant qu'artiste de renom, mais aussi en tant que porte-parole engagée pour des causes humanitaires et culturelles. Elle conclut en ces mots « L'art reste, il est le témoignage puissant de nos vies, de nos rêves et nous, spectateurs, nous l'embrassons. Que le Festival de Cannes, où tout peut basculer, y contribue ! ».

BMW et le cinéma : entre culture et passion

BMW entretient depuis des décennies un lien fort avec le cinéma. De James Bond à Mission Impossible, de films emblématiques à des documentaires d'auteur, ses véhicules incarnent performance, innovation et art de vivre à l'écran comme dans la vie. Cette synergie entre BMW et le monde du cinéma souligne l'engagement de la marque en faveur de l'art et de la culture, offrant aux cinéphiles et aux stars du cinéma une expérience de mobilité inégalée.

BMW grand mécène des arts depuis 50 ans

Au-delà du cinéma, BMW est profondément ancrée dans le paysage culturel. Depuis la première BMW Art Car en 1975, une tradition initiée par des artistes de renommée mondiale tels qu'Andy Warhol et Roy Lichtenstein et qui fête cette année ses 50 ans, BMW continue de promouvoir l'art contemporain à travers diverses initiatives. En soutenant des événements prestigieux comme Paris Photo et les Rencontres d'Arles, via le programme BMW ART MAKERS, BMW manifeste son engagement envers la photographie et les arts visuels et encourage la création et les artistes émergents. Ces différentes initiatives témoignent de la volonté de BMW de nourrir et de célébrer la diversité culturelle et artistique à l'échelle mondiale.

Le Festival de Cannes est un phare de l'excellence artistique, attirant des cinéastes, des acteurs et des cinéphiles du monde entier. La présence de BMW au Festival enrichit l'expérience des participants tout en témoignant de l'engagement de la marque envers une mobilité plus durable et de son soutien indéfectible à la culture.

Pour plus d'informations, merci de contacter :**BMW Group France**

Maryse Bataillard
Cheffe du Service Communication corporate et RSE
Tel : 06 37 60 02 60
E-Mail : maryse.bataillard@bmw.fr

Leslie Personnat
Responsable Communication Corporate
E-Mail : leslie.personnat@bmw.fr

Communication et relations publiques

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France avec son siège social à Montigny-le-Bretonneux, son centre de formation à Tigery, son centre de pièces de rechange et accessoires international à Strasbourg et le centre d'essais techniques international du BMW Group où sont testés et éprouvés tous les modèles, avant d'être vendus dans le monde entier, sur l'autodrome de Miramas à Istres.

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 8.000 salariés en France. En 2024, BMW Group France a immatriculé 86 714 automobiles des marques BMW et MINI et 20 620 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 plus de 4 milliards d'Euros. 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, un partenaire engagé dans la création artistique et soutient activement la création et l'innovation dans les arts visuels avec son programme BMW ART MAKERS et ses partenariats avec Les Rencontres Internationales de la Photographie d'Arles, Paris Photo et Art Basel Paris. L'entreprise est également partenaire officiel du Festival de Cannes et du Festival du film romantique de Cabourg, témoignant de son engagement étroit avec le 7e art.

L'engagement de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers la Golf Cup.

Depuis 40 ans, l'entreprise finance des projets d'utilité publique à travers sa Fondation BMW Group France placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux organisations Ashoka et Make Sense.

www.bmw.fr - www.mini.fr - www.bmw-motorrad.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 le domaine de la finance. BMW Group exploite 30 sites de production dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays. En 2024, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,45 millions d'automobiles et plus de 210 000 motos. Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2024 s'élève à 11 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,4 milliards d'euros. Au 31 décembre 2024, le BMW Group employait 159 104 personnes.

Le succès économique de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. Le développement durable est un élément essentiel de la stratégie d'entreprise du BMW Group et couvre tout le cycle de vie des produits, depuis la chaîne d'approvisionnement et la production jusqu'à la fin de la phase d'utilisation.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>