

Partenaire Officiel du Mans Classic, BMW a célébré 50 ans de passion et de performance au cours d'un week-end exceptionnel, qui a rassemblé 238 000 spectateurs.

- **Retour historique : la première BMW Art Car d'Alexander Calder a couru sur le circuit de la Sarthe il y a 50 ans donnant naissance à la collection.**
- **Tour d'honneur exceptionnel : Alexander SC Rower, petit-fils d'Alexander Calder, a ouvert la parade BMW à bord de l'édition Artist proof de cette icône, suivi par Hervé Poulain, visionnaire à l'origine de l'histoire des BMW Art Cars.**
- **Sur le stand BMW, les visiteurs ont voyagé à travers le temps en (re)découvrant la première BMW Art Car réalisée en 1975 ainsi que la BMW M3 GT Coupé (E36), l'actuelle BMW M3 CS Touring, mais aussi le futur de la performance BMW M, incarné par le concept 100% électrique BMW M Electrified.**
- **Passé et futur d'une icône : mise en lumière de 50 ans d'héritage et d'innovation, incluant la mythique BMW Série 3 et la nouvelle BMW M3 CS Touring.**
- **Affiche d'exception : la légendaire BMW M1 Procar est à l'honneur, rendant hommage aux bolides historiques des 24 Heures du Mans.**

Munich / Le Mans – Partenaire historique du Mans Classic, BMW a célébré cette année le double anniversaire de ses emblématiques BMW Art Cars et de la BMW Série 3. Cet événement incontournable, qui s'est déroulé du 4 au 6 juillet, a réuni des voitures de course classiques et anciennes sur le circuit légendaire des 24 Heures du Mans, créant un lien fort entre patrimoine historique et innovation contemporaine.

Retour aux origines de l'art et de la course

Cette édition a marqué un rendez-vous historique avec **le retour de la première BMW Art Car de Calder**, dans sa version Artist's Proof, **à l'initiative de la Fondation Calder et de BMW Group Classic**, sur la piste où tout a commencé il y a 50 ans. **Hervé Poulain**, visionnaire à l'origine de l'histoire des BMW Art Cars, et **Alexander SC Rower**, petit-fils de Calder, étaient présents à cette occasion. Un hommage vibrant à l'originalité du projet, où l'art rencontre l'automobile, perpétuant une tradition qui perdure depuis un demi-siècle.

Hommage au passé et innovations futures

Cette présence forte sur le circuit de la Sarthe souligne l'engagement de longue date de BMW dans l'alliance entre art et technologie. La présentation de la première BMW Art Car a marqué une célébration du voyage artistique et technologique, renforçant l'idée que les progrès passés nourrissent les innovations futures. Cette emblématique **BMW 3.0 CSL**, incarne un équilibre parfait entre légèreté, performance et esthétique audacieuse.

50 ans de passion et de performance

Cette année 2025 marque les 50 ans des BMW Art Cars, mais également les 50 ans de la **BMW Série 3, l'une des voitures premium les plus vendues au monde** avec plus de 20 millions d'exemplaires.

Incarnant le plaisir de conduire et la performance caractéristique de BMW, la Série 3 est un pilier de la marque. Au fil des décennies, elle a redéfini la berline sportive, établi de nouvelles normes de performance et fait vibrer des millions de conducteurs à travers le monde. De la première génération révolutionnaire aux modèles innovants d'aujourd'hui, la BMW Série 3 est un symbole incontournable du paysage automobile. **La BMW M3 CS Touring**, qui était présente au Mans Classic dans l'espace BMW, incarne cette dualité, offrant des performances exceptionnelles sur circuit tout en restant pratique et polyvalente au quotidien.

Point d'orgue : table ronde avec Hervé Poulain et Alexander SC Rower

A cette occasion, Hervé Poulain, créateur des BMW Art Cars, commissaire-priseur et pilote, a partagé sa vision et son émotion sur la genèse de la première Art Car et la singularité de cette collection visionnaire. Alexander SC Rower, président de la Fondation Calder et petit-fils de l'artiste, a évoqué l'importance de cette sculpture roulante dans l'héritage artistique de son grand-père. Une rencontre placée sous le signe de la transmission et de la passion.

Hervé Poulain a déclaré : "Je voulais provoquer la rencontre entre les arts majeurs et l'industrie, deux mondes qui s'ignoraient. Les BMW Art Cars ont métamorphosé le statut de l'auto en faisant accéder aux Beaux-Arts cet objet né des Arts appliqués."

Se projetant vers l'avenir, il poursuit : "Le mythe automobile a connu bien des métamorphoses. Aujourd'hui, ce mythe est en devenir car le 21^e siècle promet des progrès insoupçonnés. La BMW Art Car de Calder est née il y a 50 ans en réaction au pessimisme engendré par le premier choc pétrolier, comme un geste symbolique d'optimisme et de confiance en l'avenir."

50 ans de « sculptures roulantes » : la Collection BMW Art Car

Depuis 1975, des artistes renommés du monde entier créent des BMW Art Cars. L'idée a émergé grâce au pilote automobile français et amateur d'art Hervé Poulain, qui, en collaboration avec Jochen Neerpasch, alors responsable du sport automobile chez BMW, a invité son ami et artiste Alexander Calder à peindre une voiture. Le résultat fut une BMW 3.0 CSL qui participa aux 24 Heures du Mans en 1975, captivant le public et marquant la naissance de la collection BMW Art Car.

Des figures célèbres comme Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Robert Rauschenberg, Esther Mahlangu, David Hockney, Jenny Holzer et Ólafur Elíasson ont depuis enrichi la collection de leur style unique. Plus récemment, John Baldessari et Cao Fei ont utilisé respectivement la BMW M6 GTLM et la BMW M6 GT3 pour s'approprier le concept de BMW Art Car, participant aux courses de Daytona en 2016 et de Macao en 2017. Les œuvres de Jeff Koons et Julie Mehretu ont couru aux 24 Heures du Mans en 2010 et 2024.

Affiche d'exception

Depuis ses débuts, Le Mans Classic offre une scène unique où plus de 600 voitures prennent place pour rendre hommage à l'histoire de la course automobile. BMW, fidèle partenaire de l'événement, met en valeur une gamme de véhicules iconiques, symboles de ce partenariat riche en tradition. Cette année, l'affiche du Mans Classic a mis à l'honneur **la légendaire BMW M1 Procar**, rendant hommage aux bolides qui ont marqué l'histoire de la plus grande course d'endurance de tous les temps.

Fête populaire et célébration culturelle

Le Mans Classic se veut bien plus qu'un simple rassemblement automobile. C'est une grande fête populaire, enrichie de parades et d'animations culturelles reliant l'histoire automobile et l'avenir. BMW, en cette année de double célébration, a souligné son riche héritage tout en réaffirmant son engagement vers l'innovation et l'excellence.

Modèles en exposition dans l'espace BMW

Mise à l'honneur des modèles suivants :

- BMW 3.0 CSL Calder de 1975 (Artist's Proof)
- BMW M3 GT Coupé E36 de 1995
- BMW M3 CS Touring
- BMW i4 M60
- BMW M Electrified (Prototype de développement)

BMW continue de redéfinir les connexions entre tradition et innovation - un hommage vibrant à l'histoire et l'avenir de l'automobile

Pour en savoir plus sur l'engagement culturel de BMW

https://www.instagram.com/bmwgroupculture_fr/

<https://www.instagram.com/bmwfrance/>

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group France

Ludovic Leguem
Directeur de la Communication et des
Affaires Publiques
ludovic.leguem@bmw.fr

Jérémy Pierbon
Responsable Communication
Produits BMW
06 87 69 69 68
jeremy.pierbon@bmw.fr

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>