

Communiqué de presse
19 avril 2021

Le BMW Group Switzerland entre dans une nouvelle ère de la communication numérique.

Coup d'envoi réussi avec #VisionaryDreams: le show en streaming et en direct enthousiasme le public par un mélange innovant de présentation de produits, de divertissement, d'action en direct et d'éléments interactifs.

Dielsdorf. Avec son nouveau show en streaming et en direct #VisionaryDreams, le BMW Group Switzerland a ouvert un nouveau chapitre de la communication numérique englobant tous les groupes cibles. La présentation en ligne, retransmise en direct depuis le BMW Group Brand Experience Center à Dielsdorf, a permis aux représentants de la presse, aux clients et aux fans des marques BMW, MINI et BMW Motorrad de découvrir les tout derniers éléments phares du programme de modèles, l'occasion pour eux d'obtenir aussi des informations édifiantes sur les coulisses de l'évolution des véhicules. Les présentations de modèles, qui mettaient à l'honneur la nouvelle BMW iX, fleuron technologique de l'entreprise, étaient intégrées dans un programme diversifié, composé de reportages filmés divertissants, d'entretiens avec des invités de premier plan et d'une prestation en direct de l'auteur-compositeur-interprète suisse Luca Hänni.

«Le succès de la première pour #VisionaryDreams nous a montré qu'on pouvait relever les défis de la situation pandémique actuelle en développant un format de présentation totalement nouveau à l'aide de la technologie numérique moderne. Tous les participants à cet événement ont fait un excellent travail et ont informé et divertit au mieux nos groupes cibles», déclare Paul de Courtois, President & CEO du BMW Group Switzerland.

Le programme, d'une durée d'environ 90 minutes, présenté par l'animatrice Annina Campbell et retransmis en allemand, en français et en italien, a attiré un large public, et ce bien au-delà des frontières de la Suisse. Avant l'événement, le site Internet du BMW Group Brand Experience Center, spécialement créé pour #VisionaryDreams, avait déjà été consulté plus de 57 000 fois. Au début de l'événement, diffusé en flux tôt dans la soirée, plus de 4000 personnes intéressées s'étaient déjà enregistrées et au total, ce show en streaming a finalement été retransmis sur plus de 6000 écrans en direct. Au cours de la retransmission, les possibilités d'interaction ont également suscité un vif intérêt. Le public a, par exemple, pu voter pour le vainqueur de la customize battle

Société
BMW (Suisse) SA

Une entreprise
du BMW Group

Adresse
Industriestrasse 20
Case postale
8157 Dielsdorf

Centrale téléphonique
+41 58 269 11 11

Fax
+41 58 269 15 11

Internet
bmw.ch
mini.ch
bmw-motorrad.ch

ID d'entreprise
CHE-105.974.654 RC
CHE-116.284.140 TVA

Communiqué de presse

Date 19 avril 2021

Objet **Le BMW Group Switzerland entre dans une nouvelle ère de la communication numérique.**

Page 2

BMW Motorrad, faire des prévisions sur l'issue d'une course entre la sprinteuse Mujinga Kambundji et la BMW i3 et miser sur le vainqueur du MINI challenge entre la MINI John Cooper Works GP et la MINI Cooper SE. Plus de 1400 spectateurs ont participé en direct à ces actions. «Des nouveautés produits passionnantes, une interaction avec le public et des super invités vedettes dans un show en direct à la meilleure heure de diffusion... c'est ainsi que nous nous représentons la communication moderne à l'ère du numérique», déclare Stéphanie Borge, Directrice Marketing BMW du BMW Group Switzerland. «Avec #VisionaryDreams, nous avons posé les nouveaux jalons des formats de présentation innovants.»

En plus des animatrices professionnelles, des invités vedettes de bonne humeur, des actions divertissantes et des nouveautés produits passionnantes, l'immense défi relevé sur le plan technique a également contribué à la réussite de #VisionaryDreams. Pendant l'événement, cinq caméras live et douze lignes pour microphones ont été utilisées. 250 projecteurs et tubes à LED d'une longueur totale de 150 mètres ont assuré la mise en valeur des véhicules et des invités dans le BMW Group Brand Experience Center transformé en studio. Sept kilomètres de câbles ont été posés pour la transmission du courant et des données. Rien que la programmation du logiciel de streaming pour le site Internet dynamique avait déjà nécessité quatre semaines de travail auparavant. Celui-ci a permis de traiter des données de streaming de près de 30 téraoctets.

L'enregistrement de l'événement, au cours duquel ont été présentées, en plus de la BMW iX, les nouvelles versions de la MINI 3 door, MINI 5 door et MINI Cabrio, ainsi que la sportive dévergondée BMW M 1000 RR, se trouve sur le site Internet du [BMW Group Brand Experience Center](#). Les temps forts de l'événement y sont par ailleurs réunis en articles de magazine, comme le MINI challenge au vélodrome à ciel ouvert d'Oerlikon, des entretiens avec Oliver Heilmer, responsable du design MINI, Kai Langer, responsable du design BMWi, et le manager de produit BMW Motorrad, Sepp Mächler, ainsi que des extraits d'une excursion en Suisse, au cours de laquelle l'animatrice Mélanie Freymond a rencontré celui qui a remporté 14 fois le Rallye Dakar, Stéphane Peterhansel, et le pilote suisse de motos de course et ambassadeur BMW Tom Lüthi, pour goûter avec eux au plaisir de conduire sur deux et quatre roues.

Communiqué de presse

Date 19 avril 2021

Objet **Le BMW Group Switzerland entre dans une nouvelle ère de la communication numérique.**

Page 3

En cas de questions, veuillez contacter:

BMW Group Switzerland
Sven Grützmacher, Director Corporate Communications
Email: sven.gruetzmacher@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 10 91
Media-Website: www.press.bmwgroup.com

À propos du groupe BMW

Avec ses quatre marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, le groupe BMW est le premier constructeur mondial d'automobiles et de motos haut de gamme et fournit également des services financiers et de mobilité de premier ordre. Le réseau de production du groupe BMW comprend 31 sites de production et d'assemblage dans 15 pays ; la société dispose d'un réseau de vente mondial dans plus de 140 pays.

En 2020, le BMW Group a vendu plus de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos dans le monde. Le résultat avant impôt de l'exercice 2020 s'élevait à 5,222 milliards d'euros, pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, l'entreprise employait 120 726 collaboratrices et collaborateurs dans le monde.

Une réflexion sur le long terme et une action responsable forment depuis toujours le fondement de la réussite économique du BMW Group. L'entreprise a posé de manière précoce les jalons du futur et place avec conséquence la durabilité et la préservation des ressources au centre de son orientation, de la chaîne de livraison jusqu'à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits, en passant par la production.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup>