

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n° 2000 – 5 septembre 2015

## **BMW mobilise les fans de rugby avec #SILESBLEUS pour soutenir le XV de France**

Partenaire de la Fédération Française de Rugby (FFR) et du XV de France, BMW lance l'opération #SILESBLEUS, un challenge digital décalé pour soutenir le XV de France pendant le Mondial de rugby 2015, dans lequel les internautes sont invités à lancer des défis autour des résultats des matchs des Bleus. L'opération, qui démarre ce samedi 5 septembre, accompagnera l'Equipe de France aussi loin que la compétition les emmènera. Plusieurs ambassadeurs BMW et amis de la marque se sont prêtés au jeu et ont encouragé le XV de France de manière originale, à travers une série de vidéos qui seront diffusées tout au long de la compétition.

### **Les supporters mis au défi**

« Si les Bleus remportent leur premier match, je traverse la Seine en gondole. »

« Je deviens danseuse étoile #SILESBLEUS se qualifient ! ».

Jusqu'où sont prêts à aller les supporters pour soutenir le XV de France ? BMW les met au défi ! Avant chaque match des Bleus, les fans de rugby seront invités à poster sur la plateforme dédiée [silesbleus.fr](http://silesbleus.fr) et sur Twitter ou Facebook une promesse de défi autour des résultats des matchs avec le hashtag #SILESBLEUS. En cas de victoire, ils seront invités à réaliser ce challenge dans une vidéo de 30 secondes, postée sur le site [silesbleus.fr](http://silesbleus.fr).

Après chaque match, un tirage au sort viendra récompenser les participants. A gagner : un pack VIP pour 2 personnes pour encourager le XV de France lors d'un match à domicile, une voiture BMW X1 dernière génération en prêt pendant 6 mois et bien d'autres cadeaux\*.

### **Tony Estanguet, Martin Fourcade, Fred Testot et les ambassadeurs BMW s'engagent pour le XV de France**

Les ambassadeurs du Team BMW et les amis de la marque ont eux aussi « mouillé le maillot » pour soutenir le XV de France et leur transmettre leur énergie. Ainsi, **Ophélie David** (ski cross), **Laura Flessel** (escrime), **Arnaud Assoumani** (saut en longueur handisport), **Martin Fourcade** (biathlon), **Kevin Rolland** (ski freestyle), **Tony Estanguet** (canoë-kayak), **Mélanie Astles** (voltige aérienne), **Alexander Levy** (golf), **Bruno Spengler** (course automobile), **Safi N'Diaye** (rugby) mais également **Audrey Tautou** (actrice), **Fred Testot** (acteur) et **Jean Imbert** (chef) se mettent en scène dans des vidéos décalées et inattendues pour soutenir les Bleus et inciter le grand public à participer.

Ces vidéos seront diffusées sur les réseaux BMW Sport Expérience à partir du samedi 5 septembre et pendant le parcours des Bleus au Mondial.

**Découvrez dès à présent la première vidéo de la skieuse Ophélie David qui promet « d'arrêter le Ski Cross pour le Ski Corse #SILESBLEUS gagnent leur premier match. »**

Cette opération sera soutenue par une campagne d'habillage #SILESBLEUS des concessions BMW en France lancée dès aujourd'hui.

A Paris, les supporters du XV de France pourront profiter jusqu'au 19 octobre d'un corner rugby installé au Brand Store BMW George V (38 Avenue George V – 75008) avec une vidéo cabine qui leur permettra d'enregistrer leur promesse de défi et la partager sur la plateforme dédiée et leurs réseaux sociaux.

Enfin, à l'occasion du Mondial, BMW s'est associé à Yahoo.com et Orange Sport pour diffuser les contenus des plateformes <http://bmwsportexperience.fr> et proposer des vidéos inédites. Alexandre Delpérier présentera « le Journal des Bleus » sur Yahoo.com en collaboration avec BMW et des pastilles vidéos inédites avec Fabien Galthié, spécialement créées pour BMW seront diffusées sur la plateforme d'Orange.

Pour suivre l'opération rendez-vous dès aujourd'hui sur [silesbleus.fr](http://silesbleus.fr)

**[@BMWSPORTEXP](#)**

**[#SILESBLEUS](#)**

**[Facebook.com/bmwsportexperience](https://www.facebook.com/bmwsportexperience)**

### **BMW Group en France**

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution environ 5.000 salariés en France. En 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 motos.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 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 la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

### **BMW Group**

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, 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 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 8,71 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 80,40 milliards d'euros pour l'exercice financier 2014. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

<http://www.bmwgroup.com/>

Facebook : <http://www.facebook.com/BMWGroup> - Twitter : <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube : <http://www.youtube.com/BMWGroupview>  
Google+ : <http://googleplus.bmwgroup.com/>

\* Règlement du jeu disponible sur demande