

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2021
4 novembre 2015

BMW i crée l'URL la plus longue du monde pour faire gagner une BMW i3 offrant jusqu'à 300 km d'autonomie.

Paris. La BMW i3 fête ses deux ans de commercialisation. À cette occasion, BMW i met en jeu son modèle 100% électrique au cœur d'un dispositif innovant sans précédent. Du 4 au 22 novembre, les internautes sont invités à visiter le site www.url300km.fr afin de reconstituer en un minimum de temps, lettre par lettre, une URL mesurant pas moins de 300 km.

Vendue à plus de 16 600 unités dans le monde depuis le début de l'année 2015 (soit + 63%), la BMW i3 propose un concept unique de citadine premium 100% électrique offrant avec son prolongateur d'autonomie jusqu'à 300 km d'autonomie. Elle est le premier modèle de série à adopter une structure innovante ayant majoritairement recours au PRFC (Plastique Renforcé de Fibre de Carbone), matériau particulièrement léger permettant de compenser le poids des batteries, d'optimiser l'efficacité et de favoriser le dynamisme.

En clin d'œil à son autonomie, BMW i a développé un jeu utilisant Google™ StreetView, accessible depuis le site www.url300km.fr, proposant aux internautes de reconstituer lettre par lettre une URL mesurant 300 km en un minimum de temps. Les lettres de l'URL apparaissent successivement sur la route affichée et l'internaute doit les retranscrire le plus vite possible. Il s'agit donc à la fois d'un exercice de rapidité et d'endurance, à l'image de la performance de la BMW i3.

Entre le mercredi 4 novembre à 13h13 et le dimanche 22 novembre à 00h00, l'internaute qui arrivera le plus rapidement au bout de cette URL aura la chance de repartir au volant d'une BMW i3 équipée du prolongateur d'autonomie.

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.

Communication et relations publiques

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.