

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2259
17 mars 2017

Quelques heures après l'ouverture de l'édition 2017 d'Exclusive Drive, MINI dévoile la création du photographe de mode et réalisateur Mathieu César sur le circuit du Bugatti au Mans.

Le Mans. Ce vendredi 17 mars 2017 a débuté la cinquième édition de l'événement des gentlemen drivers, Exclusive Drive, sur le circuit du Bugatti au Mans. A l'occasion de ce rassemblement exceptionnel de passionnés d'automobiles, MINI a dévoilé un exemplaire unique de son modèle emblématique MINI John Cooper Works personnalisé par Mathieu César, photographe de mode et réalisateur de renom. Cette voiture hors normes, baptisée sur le célèbre circuit au cours des trois jours de l'événement, sera vendue aux enchères au mois de mai au profit de l'association "Naked Heart Foundation", qui soutient les enfants défavorisés de Russie.

Âgé de 27 ans, Mathieu César est un artiste hors du temps qui puise son inspiration dans la photographie noir et blanc, jouant des dégradés de gris, des aplats de noir profond et des flous subtils. Par sa maîtrise assurée, cet autodidacte a d'ores déjà séduit de célèbres magazines, collaboré avec de grands noms de la photographie, de la mode et de la musique (Louis Vuitton, Jean-Charles de Castelbajac, Carine Roitfeld,...), et photographié plusieurs légendes contemporaines comme Daft Punk, Natalie Portman ou Lana Del Rey.

MINI x Mathieu César crée une rencontre forte entre deux univers esthétiques complémentaires : le design iconique de la MINI 3 portes, couronné de plus de 50 ans de succès et présenté ici dans sa version la plus « musclée » John Cooper Works, s'associe aux lignes graphiques et aux aplats noir et blanc de l'artiste pour évoquer l'essence de la sportivité. Un liseré rouge parcourt la carrosserie comme clin d'œil à l'identité des modèles John Cooper Works et au passé glorieux de la marque britannique en course automobile.

La présentation de cet exemplaire unique a eu lieu aujourd'hui à 13h30 sur le stand MINI en présence de Vincent Salimon, Directeur de MINI France, de Virginie Hoang, Organisatrice d'Exclusive Drive, de nombreux médias et de fans de la marque. Plus tard dans l'année, au mois de mai, la voiture sera vendue par la célèbre maison de ventes aux enchères Artcurial au profit de l'œuvre caritative de Natalia Vodianova, "Naked Heart Foundation", qui soutient les enfants défavorisés de Russie.

Vincent Salimon avait déclaré il y a quelques jours : « L'œil esthétique de Mathieu César sublime le design iconique de MINI. La création présentée le 17 mars est ambitieuse et avant-gardiste, à l'image des modèles de notre gamme. Nous nous réjouissons du fait que cette coopération artistique puisse soutenir une œuvre caritative, conformément aux valeurs d'ouverture et de partage de notre marque. »

Mathieu César avait ajouté : « Ce projet est une belle aventure ! Je suis un amoureux de la marque MINI. Le modèle sur lequel j'ai travaillé, à la fois chic et sportif, est déjà un très bel objet. J'ai souhaité en faire un objet d'art ! Si MINI est l'un des acteurs principaux du projet, Natalia Vodianova, Exclusive Drive et Artcurial, m'ont également soutenu pour faire de mon intention artistique une réalité. »

Communication et relations publiques

Exclusive Drive est un événement automobile premium qui rassemble chaque année près de 10 000 visiteurs sur le Circuit du Mans. L'événement fête ses 5 ans, il est devenu au fil des années un rendez-vous incontournable pour les passionnés d'automobile et propose notamment un centre d'essais à ciel ouvert rassemblant une vingtaine de marques automobiles françaises et étrangères.

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 plus de 5.000 salariés en France. En 2016, BMW Group France a immatriculé 85 697 automobiles des marques BMW et MINI et 13 603 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 l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie, Paris Photo. Depuis plus de 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), et la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

Communication et relations publiques

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 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2016, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 367 603 automobiles et plus de 145 000 motos. En 2015, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,22 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 444 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.

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>