

Communiqué de presse n°2803  
12 mars 2020

## **Nouveau logo BMW pour les supports de communication online et offline.**

- **Les logos BMW, BMW i et BMW M font peau neuve et reflètent la transformation de la marque**
- **Nouveau logo et nouvelle charte graphique pour plus de modernité et de flexibilité à l'heure du digital**
- **Lancement mondial le 3 mars 2020, première campagne de communication dès le mois d'avril 2020 en France**

**Munich.** Après plus de 20 ans sans changement de logo, la marque BMW renouvelle son identité visuelle pour la communication online et offline. Intégralement repensés, les logos de communication des modèles BMW, BMW i et BMW M affichent un nouveau design au graphisme inédit. Avec ce style graphique résolument moderne, BMW adopte un style parfaitement en phase avec l'ère numérique.

Le nouveau logo incarne l'identité de la marque, qui place plus que jamais le client au cœur de son activité. Avec son design discret en deux dimensions, le nouvel emblème véhicule des valeurs d'ouverture et de clarté. La déclinaison transparente du logo est une invitation à entrer dans l'univers BMW. Cette nouvelle identité visuelle reflète la transformation de la marque : longtemps centrée essentiellement sur l'automobile, BMW est aujourd'hui un leader technologique et une marque qui crée du lien.

Le nouveau design de la marque BMW fait écho aux perspectives et aux défis soulevés par l'ère numérique. L'emblème affirme une volonté d'ouverture et une force de caractère, deux piliers sur lesquels la marque entend bâtir l'image d'une entreprise moderne et pérenne, online et offline.

« BMW est une marque qui crée du lien. Le nouveau logo de communication véhicule précisément une volonté d'ouverture et de clarté », déclare Jens Thiemer, en charge de l'Expérience Client et de la marque BMW. « Avec cette nouvelle déclinaison transparente, nous entendons plus que jamais inviter nos clients à faire partie de l'univers BMW. En outre, le nouveau design de notre logo tient compte des défis et des opportunités que représente la numérisation pour les marques. Le visuel plus discret et la flexibilité graphique nous permettent de nous adapter plus facilement à la multiplicité des interfaces que BMW utilisera à l'avenir pour sa communication en ligne et hors ligne. Le nouveau logo symbolise l'importance et la pertinence de la marque dans le domaine de la mobilité et le plaisir de conduire dans le futur. »

Le nouveau design a été dévoilé le 3 mars 2020. Son déploiement progressif dans la communication de l'entreprise se poursuivra jusqu'au 31 mai 2021 sur tous les supports online et offline (mais aussi sur les salons et lors d'événements internationaux), à commencer par une première campagne de communication française en avril. Image moderne de la marque, le nouvel emblème sera présent au côté du logo et du badge actuel, qui reste apposé sur les véhicules et au sein de notre réseau de distribution.

### **Hélice ou non ? L'histoire de l'emblème BMW**

Découvrez l'origine, la transformation et la signification du logo BMW sur [www.bmw.com](http://www.bmw.com)

**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 près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 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 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme 15 modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. 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 dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

[www.bmw.fr](http://www.bmw.fr)

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

Twitter: [twitter.com/BMWFrance](https://twitter.com/BMWFrance)

Instagram: [www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr](https://www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr)

YouTube: [www.youtube.com/BMWFrance](https://www.youtube.com/BMWFrance)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top\\_nav\\_home](https://www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home)

**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 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 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 307 automobiles et plus de 175,162 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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

Twitter: [twitter.com/BMWGroup](https://twitter.com/BMWGroup)

YouTube: [www.youtube.com/BMWGroupView](https://www.youtube.com/BMWGroupView)

Instagram: [www.instagram.com/bmwgroup](https://www.instagram.com/bmwgroup)

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/bmw](https://www.linkedin.com/company/bmw)