

Communiqué de presse n°3085
5 mai 2022

Pour la première fois, BMW Group est Partenaire Officiel du Festival de Cannes.

- La flotte de 163 BMW électrifiées offre aux VIP, aux invités et aux officiels du Festival une expérience inédite.
- Première apparition en public de la nouvelle BMW i7 100% électrique après sa première mondiale – trois BMW i7 circuleront dans les rues de Cannes.
- BMW Group soutient l'engagement du Festival en faveur de l'environnement et donne le ton en matière d'innovation, d'électrification et de durabilité.

Munich/Cannes. Depuis trois quarts de siècle, le tapis rouge électrise les foules et attire tous les regards sur la Côte d'Azur. Lorsque le 75e Festival de Cannes se déroulera du 17 au 28 mai 2022, BMW jouera un rôle majeur : pour la première fois, BMW Group s'associe au festival de cinéma et d'art le plus renommé au monde et fournit la flotte officielle avec 163 voitures électriques et hybrides rechargeables.

"Le partenariat entre le Festival de Cannes et BMW, c'est la direction dans laquelle le Festival souhaite se diriger pour être en cohérence avec sa responsabilité face aux enjeux climatiques. BMW est une marque iconique, très présente dans de nombreux films, qui symbolise l'élégance, la performance et le luxe, tout en étant l'un des précurseurs de l'électrification. Nous constatons depuis quelques années une forte demande pour équiper le Festival en véhicules électriques et nous avons finalement trouvé avec BMW un partenaire en capacité de répondre à ce besoin." Samuel Faure, Directeur des partenariats du Festival de Cannes.

Dans le cadre de ce nouveau partenariat, BMW offre aux invités internationaux, aux VIP et à toutes les parties prenantes du Festival une occasion unique de découvrir de près sa vaste flotte de véhicules électrifiées premium. De la BMW iX à la BMW i4 en passant par la BMW iX3,

BMW Group assurera les transferts entre l'aéroport, les différents lieux de l'événement et les hôtels, avec des modèles variés et fascinants.

La première automobile avec écran de cinéma intégré.

La star automobile du tapis rouge sera sans conteste la nouvelle BMW i7, que l'on pourra découvrir sur la route pour la première fois depuis sa première mondiale le 20 avril dernier. Trois exemplaires de la limousine 100% électrique circuleront dans la ville, tandis qu'un quatrième sera présenté sur l'iconique Croisette à l'entrée d'un hôtel. La BMW i7 définit un tout nouveau niveau de design et de technologie au sommet de la gamme. Comme aucune autre BMW avant elle, la BMW i7 représente un nouveau visage du luxe offrant notamment une qualité de vie à bord et un confort sur les trajets au long cours exceptionnels, une expérience digitale hors pair, et elle témoigne d'une vision de la mobilité premium soucieuse des enjeux de la durabilité sur toute la chaîne de valeur.

Grâce à ses deux moteurs électriques puissants et presque totalement silencieux à l'avant et à l'arrière, la BMW i7 délivre un plaisir de conduire sans effort ni aucune émission locale, avec une autonomie pouvant atteindre 625 kilomètres selon le cycle de test WLTP. Le clou de son habitacle est le BMW Theatre Screen, un écran tactile panoramique de 31,3 pouces, au format 32:9, avec une résolution 8K, qui transforme la deuxième rangée de sièges en un salon de cinéma exclusif. Les cinéphiles peuvent accéder à leur programme personnel de streaming vidéo et de films préférés, tout en parcourant la ville du Festival, et profiter ainsi du divertissement dans la voiture du futur.

"Le Festival de Cannes et la BMW i7, avec son grand écran Theatre Screen, sont parfaitement complémentaires, notamment parce que notre engagement dans l'industrie du cinéma relève d'une longue tradition", explique Jens Thiemer, Senior Vice President Customer & Brand de BMW AG, à propos de ce nouveau partenariat. "Le Festival de Cannes représente également une importante vitrine pour nous, car nos clients y seront présents. Et nous tenons particulièrement à

soutenir l'engagement du Festival en termes de responsabilité environnementale face aux enjeux climatiques, avec notre flotte de voitures électrifiées".

Les voitures BMW sont déjà apparues plus de 30 000 fois sur le grand écran. Au fil des années, elles ont participé à de nombreux films et documentaires, contribuant ainsi à la notoriété mondiale de la marque. Les nombreuses apparitions des BMW Série 7 et Série 5 dans les films d'espionnage sont inoubliables, tout comme les performances toujours impressionnantes des modèles BMW M dans la série des Mission Impossible. Et dans les productions internes, comme le film de Noël 2021 ou le spot du Super Bowl 2022, la BMW iX apparaît également aux côtés de stars hollywoodiennes.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires 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 2021, BMW Group France a immatriculé 71 306 automobiles des marques BMW et MINI et 20 333 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 de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et 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 l'entreprenariat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. L'engagement social 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

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

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.

En 2021, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,5 millions d'automobiles et plus de 194 000 motos. En 2021, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 16,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 111,2 milliards d'euros. Au 31 décembre 2021, les effectifs de BMW Group étaient de 118 909 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

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw