Communiqué de presse

**TBWA enrichit le salon Phygital de BMW avec plusieurs streaming live très inspirants.**

En l'absence du salon traditionnel au Heysel, la marque présente "BMW Goes Phygital". D'une part, c'est un showroom physique temporaire. D'autre part, c'est une grande plateforme digitale. Cette dernière permet non seulement d'offrir de l'information sur les modèles mais en plus, de faire vivre une expérience passionnante.

"BMW Goes Phygital" est unique dans le paysage automobile belge, et dépasse largement le statut de simple salon. Ainsi, sur son site web et ses médias sociaux, BMW présente 17 entretiens sur des sujets qui touchent un large public : l'avenir de la technologie, les Diables Rouges, le e-gaming, la mobilité, Tomorrowland, le design, etc. Chaque jour, un nouvel épisode de BMW Goes Phygital est disponible en streaming. Par exemple, au cours d'une conversation avec le trendwatcher Peter Hinssen, BMW présente sa vision des innovations technologiques dans l'automobile. Jan Cools, expert en mobilité, révèle de nouvelles applications. Roberto Martinez nous parle de son éthique de travail et de sa philosophie avec les Diables Rouges. Au cours d'un appel vidéo avec Munich, Domagoj Dukec, chef du département design de BMW, lève un coin du voile sur le développement de nouveaux modèles tels que la BMW i4 et la BMW iX, qui feront bientôt leur entrée sur le marché. D'autres épisodes se focalisent sur Sven Nys, les frères Borlée, le pilote de Formule E Sam Dejonghe, l'organisation de Tomorrowland et le chef étoilé David Martin.

Ces épisodes réalisés par BMW, en collaboration avec TBWA, sont disponibles sur le site web et via le canal Facebook de BMW Belux.