

BPM Exclusive



REVUE DE PRESSE 2026

BPM Exclusive



+ DE 40 PARUTIONS MÉDIAS & RELAIS INFLUENCE

MAI / SEPTEMBRE 2026



MONACO - FRANCE

BPM EXCLUSIVE

BPM Exclusive



**+ DE 40
RETOMBÉES
MÉDIAS &
INFLUENCE**

**COUVERTURE
MÉDIATIQUE
DIVERSIFIÉE**

WEB, PRINT,
RADIO, TV

PRESSE
FRANCOPHONE
& ANGLOPHONE

MÉDIAS LOCAUX
& NATIONAUX

**RÉSULTATS ET
RETOMBÉES :**

LA COUVERTURE
MÉDIATIQUE
A PERMIS DE
TOUCHER UNE

**AUDIENCE
GLOBALE
ESTIMÉE DE
1,3 M**

**VALEUR
PUBLICITAIRE
ESTIMÉE :
+242 K€**



BPM EXCLUSIVE

REVUE DE PRESSE



WEB



NEWS.MC
Monaco Daily News

**MONACO
NEWS**

monacoinfo

443K ABONNÉS | 18K VUES

NEWS.MC

your English TV news on

monacoinfo

A LIFELONG LOVE FOR CARS

GUIDO GIOVANNELLI - GENERAL MANAGER OF BPM EXCLUSIVE

NEWS.MC

BPM EXCLUSIVE

REVUE DE PRESSE



T.V.



AUDIENCE MOYENNE : 800 000 TÉLÉSPECTATEURS



BPM EXCLUSIVE

REVUE DE PRESSE





MONACO MONSIEUR & MADAME

2 500 EXEMPLAIRES PAR NUMÉRO



RENCONTRE

RENCONTRE

GUIDO GIOVANNELLI

L'ART DU MOUVEMENT

Du ciel toscan aux routes du monde, Guido Giovannelli n'a jamais cessé d'avancer. Directeur de BPM Exclusive à Monaco, il incarne une trajectoire singulière, faite de bifurcations audacieuses, d'expériences internationales et d'une constante : le goût d'apprendre.

© Kevin Racle

59 | MM

RENCONTRE

Dans un petit village de Toscane, rien ne prédisait Guido Giovannelli à diriger aujourd'hui l'un des groupes automobiles les plus prestigieux de la Péninsule. Issu d'une famille d'avocats, son avenir semblait tracé. Pourtant, telle loi, une autre fascination s'impose.

« Ma grande passion, c'était tout ce qui vole. Les avions, les hélicoptères... je passais plus de temps à regarder le ciel que la terre. »

Le rêve est clair : devenir pilote militaire. Une contrainte physique l'en empêche. Qu'importe. Il brique vers l'ingénierie aéronautique, quitte à s'éloigner des attentes familiales. Il entame ses études à l'École Polytechnique de Turin, puis à Stockholm, où il s'immerge dans la recherche sur les matériaux aéronautiques. Des publications scientifiques viennent couronner cette période intense.

« J'ai adoré cette époque. J'étais dans un laboratoire, au cœur de l'innovation. C'était passionnant. » Mais déjà, un autre mouvement s'annonce.

À la fin de ses études, Guido Giovannelli fait un choix décisif : rentrer en Italie plutôt que poursuivre une carrière académique en Suède. Une décision qui ouvre un nouveau chapitre, natal.

De la direction commerciale de marques comme Fiat et Lancia en France à une démission chez Maserati, son parcours est structuré autour de défis internationaux. L'expérience japonaise, notamment, marque un tournant. « Le Japon a été un choc culturel et professionnel. J'étais le seul Européen dans l'entreprise, sans préparation. Mais c'est justement ce qui rend l'expérience inoubliable. »

Cette capacité d'adaptation devient une signature. Comprendre des environnements complexes, décoder des cultures différentes, embarquer des équipes dans des contextes parfois fragiles : autant de compétences qui forgent un profil à part dans l'industrie automobile.

Monaco, terrain d'excellence et de consolidation

Après vingt-cinq ans au sein du groupe Fiat, Guido Giovannelli est appelé à relever un nouveau défi : structurer et développer la division luxe du groupe BPM à Monaco.

À la tête de BPM Exclusive, il supervise aujourd'hui un portefeuille de quinze marques prestigieuses et pilote une croissance soutenue, marquée par une expansion en France et à l'international.

« Quand on arrive dans ce type de poste, il y a toujours trois étapes : comprendre, structurer, puis consolider. »

Sous son impulsion, le groupe double son nombre de marques et approche les 400 millions d'euros de chiffre d'affaires. De nouvelles implantations voient le jour, notamment pour Aston Martin à Paris et Bordeaux. Mais au-delà des chiffres, c'est une vision qui s'affirme : celle d'un luxe structuré, exigeant, et profondément international. Une approche où l'expérience client, la cohérence des marques et la qualité des équipes deviennent des leviers stratégiques majeurs.

« Le luxe ne se limite pas au produit. C'est une expérience globale, un niveau d'exigence constant, dans chaque détail. »

Une vie en mouvement, une famille comme ancrage

Derrière cette carrière rythmée par les déplacements — dix sept déménagements à travers le monde — se dessine un équilibre subtil, construit autour de la famille.

« Ma soupape, c'est ma famille. On a tout vécu ensemble. »

De Paris à Tokyo, en passant par l'Italie et Monaco, ses filles ont grandi dans un environnement multiculturel qui façonne leur regard sur le monde.

« Elles ne voient pas de différences entre les nationalités. Elles se sentent appartenir au monde. »

Un contraste saisissant avec ses racines toscanes, où l'identité locale est forte, presque violente. Cette ouverture contrastée, selon lui, une richesse précieuse dans un monde en perpétuelle évolution.

Malgré les responsabilités, certaines passions demeurent intactes. L'aéronautique, bien sûr, mais aussi le sport, notamment le vélo, qu'il pratique sur les routes escarpées de la région.

« Piloter un avion ou un hélicoptère, c'est quelque chose d'irremplaçable. Cette passion ne partira jamais. »

À bien des égards, le parcours de Guido Giovannelli ressemble à un vol : une trajectoire faite d'ajustements, d'altitude et de cap à tenir, portée par une même énergie. Une trajectoire où les bifurcations ne sont jamais des renoncements, mais des opportunités de redéfinir sa route.



Patrick Bornhauser, fondateur de BPM Group avec Guido Giovannelli.

Le groupe Fiat — aujourd'hui Stellantis — lui propose d'intégrer un programme d'élite destiné à former de futurs cadres dirigeants à l'international. Trois rotations, trois continents, trois univers : les tractors agricoles aux États-Unis, les poids lourds en France avec Iveco, puis la production automobile en Italie.

« C'était totalement atypique pour un ingénieur aéronautique. Mais j'ai toujours aimé apprendre, découvrir, sortir de ma zone de confort. »

Cette curiosité devient une ligne directrice. En parallèle de ses fonctions techniques, il glisse progressivement vers des responsabilités commerciales. Une "seconde vie" professionnelle commence.

MM | 60

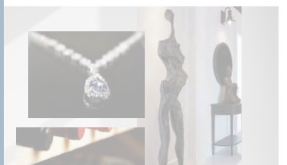
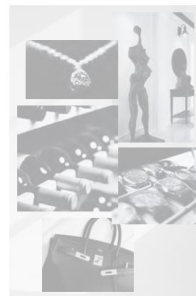
JUTHEAU
HUSSON
PRIVATE
INSURANCE

VALUABLES BY JH GARANTIT TOUS VOS OBJETS DE VALEUR SUR UN SEUL ET UNIQUE CONTRAT

Une offre conçue avec le Lloyd's pour répondre aux besoins de notre clientèle privée.

Valuables by JH couvre vos bijoux, vos œuvres d'art, vos collections de sacs à main, de montres précieuses, etc.

Valuables by JH offre une protection complète, étendue au monde entier lors de vos déplacements.



LLOYDS Coverholder

Agent couvreur agréé pour le compte de Lloyd's Europe (Lloyd's Insurance Company S.A.), une filiale de Lloyd's, agréée par la Banque Nationale de Belgique.

www.jutheau-husson.com
Tel : (+377) 97 97 22 22

BPM EXCLUSIVE

REVUE DE PRESSE



BPM Exclusive

x



TEST DRIVE

BPM | ASTON MARTIN TEST DRIVE



S'inscrire à la newsletter

POLITIQUE ÉCONOMIE SOCIÉTÉ IMMOBILIER ART & CULTURE SPORT MARÉTERRA

MENU

Rechercher

Home » Art de vivre » Nouvelles Aston Martin DB12 S et Vantage S : toujours plus sportives

ART DE VIVRE

Nouvelles Aston Martin DB12 S et Vantage S : toujours plus sportives

Récemment sorties des ateliers de Gaydon, les versions S de ces deux modèles emblématiques de la marque anglaise font leur apparition en concessions. Terrain de jeu idéal, les petites routes de Provence et des Alpes-Maritimes ont permis de tester les capacités et performances de ces deux engins mêlant élégance et sportivité.

16 mai 2025, 07h02

Aston Martin Vantage S © Tobias Kempe

Disponibles en coupé ou cabriolet, ces versions S des légendaires DB12 et Vantage ont fait l'objet de recherches poussées afin de gagner, grappiller aurait-on même envie de dire, quelques frissons supplémentaires. Sur le papier, rien de radical. La DB12 passe ainsi de 680 à 700ch dans sa livrée S pour un couple inchangé de 800Nm. La Vantage, elle, conserve sa puissance d'origine mais l'optimisation de la version S permet de gagner un dixième de seconde pour le 0 à 100km/h, faisant passer l'exercice à 3,4 secondes. Pas encore de quoi rivaliser avec une [Vangquish \(835ch et 1000Nm de couple\)](#), mais l'esprit S qui anime la marque depuis 1953 avec la première DB35 est bel et bien là.

Des atouts esthétiques

Dès le premier coup d'œil, en revanche, les évolutions se font plus franches. Arborant la forme si caractéristique des calandres de la marque, les « S » voient ces dernières encore plus imposantes. Magistrales avec leur dessin en forme de bouche, elles semblent prêtes à tout dévorer sur leur passage, notamment à avaler les kilomètres à satiété. Les boucliers avant et arrière gagnent eux aussi en volume conférant une agressivité et renforçant le sentiment de véhicules collés à la route. Un côté sportif encore complété par de superbes lignes d'échappement à quatre sorties verticales sur la DB12 S, horizontales sur la Vantage S. Mais aussi par les larges lames de capot et le sobre becquet arrière fixe qui renforcent le tempérament des engins.

Aston Martin DB 12 S © GOK - La Gazette de Monaco

Repensées dans chaque détail

Il faut encore un bref échange avec les ingénieurs de Gaydon pour comprendre les évolutions. Géométrie revue, aérodynamisme perfectionné, réglages moteurs peaufinés, amortisseurs reparamétrés, barre antiroulis arrière raffermie, pédale d'accélérateur recalibrée, chaque atter a fait l'objet de profondes réflexions et améliorations.

Prêtes à enchaîner les kilomètres

Reste à savoir ce que cela donne au volant. Immédiatement installé à bord, le pilote savoure cet esprit devenu plus sportif. Calé dans de magnifiques sièges aux multiples réglages, il ne résiste plus à l'envie d'appuyer sur le bouton central ordonnant au moteur de libérer ses vocalises. Pas de doute, les deux autos n'attendent plus que la montée en température pour emmener leur équipage dans un autre monde. L'option ligne d'échappement en titane dont étaient équipés nos modèles d'essais ne sont, en réalité, pas une option mais un incontournable pour profiter du fabuleux concert offert par ces V8 biturbo.

EN BREF

Retrouvez l'ensemble de nos annonces immobilières





28 °C



monacolife

en





SUBSCRIBE

NEWS

BUSINESS

SUSTAINABILITY

LIFESTYLE

TECH

TRAVEL

CULTURE

WHAT'S ON

SPORT

PRINCELY FAMILY

INTERVIEWS

NEWS > LIFESTYLE & WELLBEING > MONACO LIFE GETS BEHIND THE WHEEL OF ASTON MARTIN'S MOST POWERFUL VANTAGE YET

MONACO LIFE GETS BEHIND THE WHEEL OF ASTON MARTIN'S MOST POWERFUL VANTAGE YET

by [Cassandra Tanti](#) 19/05/2026





FOLLOW



FOLLOW



FOLLOW



LIKE

There is a moment, just after you ease a car out of a sun-dappled driveway and feel the road open up before you, when you know. Before you have touched the accelerator properly, before the bends arrive, before the engine has fully had its say — you just know. That was the moment, somewhere in the hinterland above Nice and Vence, with the hills stretching out on either side and a yellow Aston Martin Vantage S beneath me, when I understood why people fall in love with this brand.

A small group of journalists and influencers had gathered at Domaine du Mas de Pierre, one of those quietly exceptional Relais & Châteaux properties the south of France does so well. It was there, over lunch, that I sat beside Dan Connell, Director of Communications and PR for Aston Martin Europe, before being handed the keys.

THE CAR

The Vantage name has been part of Aston Martin's story since the 1950s, originally used for higher-performance versions of its grand tourers. Over time, it became a model line of its own — one that has always sat slightly apart from the more refined DB cars. The new Vantage S stays true to that identity, with a more aggressive look and a stronger focus on performance.

Its 4.0-litre twin-turbocharged V8 produces 680PS and 800Nm of torque, delivering 0–100km/h in 3.4 seconds and a top speed of 325km/h. The figures are impressive. The sound is so much better.



easyPet.net

Part of the **easy** family of brands

DRIVING YOUR PET BETWEEN

MONACO & LONDON

FROM **£699** PER PET EACH WAY*

MONACO TO LONDON

UP TO 3 DEPARTURES PER MONTH

LONDON TO MONACO

UP TO 3 DEPARTURES PER MONTH

*Subject to availability & demand.

BOOK TODAY



BPM | ASTON MARTIN TEST DRIVE

REVUE DE PRESSE

BPM Exclusive

x



Paris

BPM | ASTON MARTIN PARIS

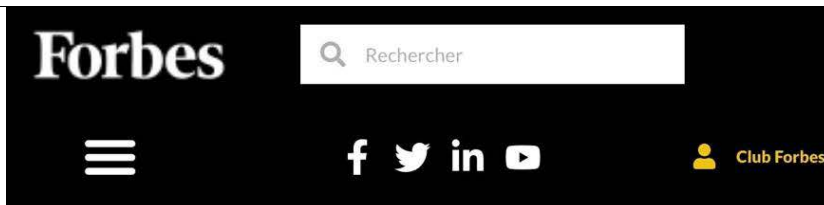
WEB



Forbes

PLUS D'1 MILLION DE VISITEURS UNIQUES MENSUELS *

Forbes France a cessé sa publication en mars 2026.



Une nuit dans Paris avec la Vanquish d'Aston Martin : « My name is Bond. Océane Bond. »



Une nuit dans Paris avec la Vanquish d'Aston Martin



Océane Bailly

07 janvier 2026

Sans doute la phrase que j'aurais pu prononcer ce soir-là. Le temps d'une soirée chez Aston Martin Paris, j'ai vécu cette parenthèse hors du réel comme dans un film, cette sensation très particulière d'être une James Bond girl, où l'élégance britannique, le mystère et l'automobile

BPM | ASTON MARTIN PARIS

REVUE DE PRESSE



BPM Exclusive



Monaco

WEB



monacolife monaco

71 000 VISITEURS UNIQUES / MOIS



FOLLOW



FOLLOW



FOLLOW



LIKE

The dictionary says that the word vanquish means 'to defeat thoroughly'. Whilst the car that bears this name has some tough competition to beat, it seems appropriate when you discover the latest version of Aston Martin's range-topping coupe in the flesh for the first time. Its looks will conquer your heart instantly, the sound of the motor on startup will make the hairs on the back of your neck stand up, and then you realise how fast it is. Any doubts about whether this car can live up to expectations have been completely 'vanquished'.

In fact, whilst Aston Martin does make low volume hypercars that are an even rarer sight on the road, and even faster, the Vanquish is also a member of its own exclusive club now that there are very few front-engined V12s on the market. Ever-increasing emissions regulations have forced manufacturers to downsize or switch to hybrid power, sometimes strangling the character of the car in the process. This particular engine is a 5.2 litre twin turbo V12 producing 835 horsepower and a massive 1000Nm of torque. If you can imagine what 835 real horses would sound like galloping past you, that gives you some idea of the engine noise the Vanquish produces – deep, thunderous and signalling the kind of power that will take it to 345 km/hr, if you have the nerve and a spare runway.




MYCROWN
COLLECTION
LUXURY LIVING



mycrowncollection.com

BPM | ASTON MARTIN MONACO

REVUE DE PRESSE



BPM Exclusive

x

| J A G U A R |

BPM | JAGUAR

REVUE DE PRESSE



WEB



HAUTE TODAY ♦ MONACO

TYPE 00 HEADLINES JAGUAR LAND ROVER'S PRESTIGIOUS MONACO LAUNCH

TYPE 00 ARRIVAL IN FONTVIEILLE'S NEW AUTOMOTIVE SPACE

Monaco has a way of absorbing launches into its own rhythm. Nothing ever feels entirely new here, only reinterpreted through a lens of precision and discretion. On the evening of April 15, I made my way to Fontvieille for the opening of the new **Jaguar Land Rover** Showroom – Monaco, aware that this was positioned as more than a retail space. In a market defined by Monaco luxury cars, the threshold for novelty is unusually high.



The setting immediately resisted excess. From the outside, the architecture remained restrained, almost intentionally quiet against the polished surroundings of the Principality. Inside, however, the space opened with clarity. Natural light filtered across marble surfaces and soft wood textures, creating a calm that felt deliberate. There was no theatrical reveal, no abrupt spectacle. Instead, the experience unfolded gradually, in line with a more contemporary understanding of Type 00 luxury.



BPM | JAGUAR

REVUE DE PRESSE





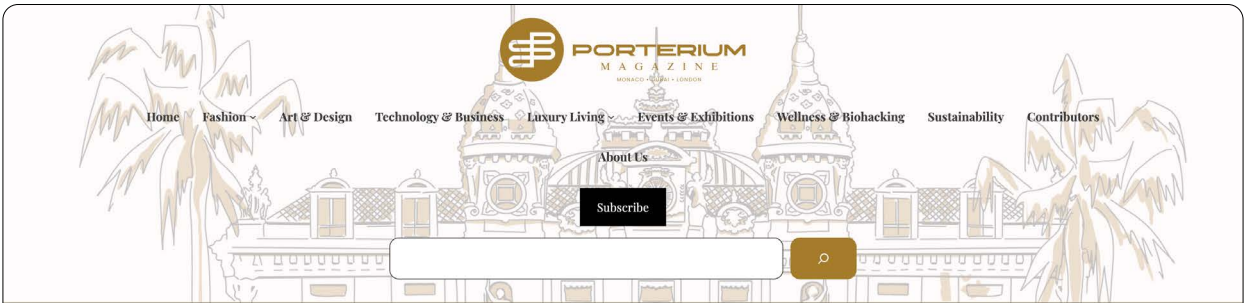
[f](#)
[X](#)
[Instagram](#)
[in](#)
[RSS](#)
[YouTube](#)
[SEARCH](#)

 $\mathfrak{X}$



PORTERIUM

MAGAZINE



Events & Exhibitions

BPM Exclusive Unveils Its New Jaguar Land Rover Showroom in Monaco

by
Liliya Rogova Tippetts
Founder & Editor in Chief

April 16, 2026



In the Principality, Jaguar Land Rover enters a new era of client experience with the opening of a **BPM Exclusive** showroom in Fontvieille. More than a showroom, this space has been designed as a destination in its own right — where design, hospitality, and personalization come together. Dedicated to the worlds of Range Rover, Defender, and Jaguar, it reflects a contemporary vision of luxury: more essential, more immersive, and in tune with today's expectations.

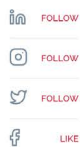
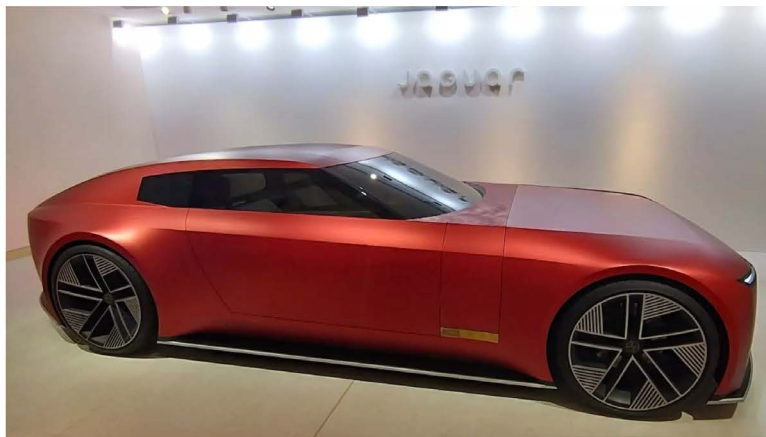
A Contemporary Setting, Where Elegance Meets Emotion





NEWS > LIFESTYLE & WELLBEING > JAGUAR TYPE 00 STEALS THE SHOW IN MONACO

JAGUAR TYPE 00 STEALS THE SHOW IN MONACO

 by [Richard McCreery](#) 21/04/2026


FOLLOW When Jaguar revealed its latest concept car at the end of 2024, it briefly became the most famous car in the world, going viral and causing an outpouring of commentary about the British car company's new design direction, which includes a complete rebranding for the marque. 'Out with the old, in with the new' would be an understatement. The Jaguar Type 00 looks like it just arrived from another planet.

LIKE Recently it landed in Monaco as a showpiece to celebrate the opening of BPM Exclusive's new Jaguar-Land Rover showroom in Fontvieille, where invited guests were able to inspect it at close quarters. To be honest, the internet seems to be having a Marmite kind of dilemma about the styling, which is unlike almost anything else on the road today. The simplicity of design, which marries curves and straight lines to great effect, has a touch of art deco about it and this particular example is displayed in a beautiful matt red colour that makes it impossible to ignore.

At over five metres in length, it is 'imposing', reminiscent of the kind of huge car that the world's wealthiest people drove in the 1920s (think Jay Gatsby). Whilst the sides and bonnet resemble huge slabs, the rear is a graceful curve that could have been inspired by the Bugatti Atlantic Type 57 or, dare I say it, the Jaguar E-type coupe. Like many modern cars, it has horizontal lights that stretch right across the rear of the body, but – apart from some very discrete badges – there is relatively little detail.

The interior is even more sparse, with two pedals on the floor, a steering wheel and... that's it. Car manufacturers have increasingly been doing away with buttons but here Jaguar seems to have done away with controls altogether. We'll have to see whether this cockpit gets carried over to the final production model (voice control for everything and head-up display perhaps?), but the overall impression is of high level design and top quality.



Part of the **easy** family of brands

DRIVING YOUR PET BETWEEN
MONACO & LONDON
 FROM **£699** PER PET EACH WAY*

MONACO TO LONDON
 UP TO 3 DEPARTURES PER MONTH

LONDON TO MONACO
 UP TO 3 DEPARTURES PER MONTH

*Subject to availability & demand.

BOOK TODAY



WEB



3 866 VISITEURS / MOIS - MÉDIA DIGITAL RECONNU EN PRINCIPAUTÉ





[S'inscrire à la newsletter](#)

POLITIQUE ÉCONOMIE SOCIÉTÉ IMMOBILIER ART & CULTURE SPORT MARETERRA

MENU

Q

Home » Société » BPM Exclusive : un nouveau showroom Jaguar Land Rover

EN BREF

SOCIÉTÉ

BPM Exclusive : un nouveau showroom Jaguar Land Rover

Situé au numéro 17 de l'avenue Albert II, à Fontvieille, le nouvel espace dédié aux véhicules neufs des marques emblématiques Jaguar et Land Rover accueille depuis peu le visiteur dans une ambiance feutrée, épurée, particulièrement soignée et dans l'air du temps.

23 avril 2026, 07h09



© GOK - La Gazette de Monaco

Quelque 400m². Une situation en plein cœur de Fontvieille, à quelques pas du site dédié aux occasions et du service après-vente du groupe BPM, lequel est récemment devenu distributeur en Principauté pour les deux marques d'origine britanniques. Le nouveau showroom Jaguar Land Rover constitue plus qu'un simple espace de présentation, il incarne, selon les responsables de BPM Exclusive, « la vision contemporaine du groupe : un luxe plus essentiel, plus immersif, en phase avec les attentes d'aujourd'hui ».

L'hospitalité au cœur du concept

Cet espace traversant donnant sur l'avenue Albert II d'un côté, et la rue du Gabian de l'autre, s'articule autour d'un bar central conçu comme un lieu de convivialité où il est possible de se rafraîchir ou de prendre le café en partageant la même passion : l'automobile. Des bureaux attenants permettent de découvrir échantillons, produits ou de s'isoler pour des échanges plus discrets. Quelques œuvres soigneusement disposées au mur rappellent élégamment l'histoire de la marque avec des modèles parmi les plus iconiques.



© GOK - La Gazette de Monaco

L'éclairage étudié met en valeur une enfilade de véhicules neufs exposés au sein de cette ambiance épurée aux couleurs claires, permettant de découvrir différents modèles dans un calme et une sérénité des plus aboutis.

BPM | JAGUAR

REVUE DE PRESSE



BPM Exclusive

x

TOP
MARQUES
MONACO™

BPM | TOP MARQUES

REVUE DE PRESSE





Vidéos

Podcasts

Monaco
Tribune

NewsletterFrançais

ActualitésLoisirs & CultureFamille PrincesSportsBusinessSociétéEnvironnementC'est à vousCity Guide

BRÈVE

Top Marques Monaco réinvente son salon pour l'édition 2026

Par Estelle ImbertPublié le 17 mars 20262 minutes de lecture



Cette édition sera la plus grande de l'histoire de l'événement, avec environ 235 véhicules de luxe exposés et mis en vente © Top Marques Monaco

Du 6 au 10 mai, le Grimaldi Forum accueille l'édition la plus ambitieuse de l'histoire du salon automobile le plus exclusif au monde.

Placée sous le haut patronage du Prince Albert II, la 21e édition de Top Marques Monaco s'annonce comme la plus grande jamais organisée. Quelque 235 véhicules de luxe seront exposés et proposés à la vente au Grimaldi Forum, soit un record absolu pour l'événement monégasque.

Le Luxury Tuners Hall, vedette de l'édition 2026

Un espace de 1 500 m², entièrement dédié aux préparateurs automobiles haut de gamme, baptisé le Luxury Tuners Hall, sera la grande nouveauté de cette année.



MANSORY

Cet espace exclusif mettra à l'honneur certains des plus grands spécialistes mondiaux de la conception automobile sur mesure © Top Marques Monaco

Installé dans la zone Verrière du Grimaldi Forum, ce nouveau pavillon rassemblera des noms incontournables de la personnalisation automobile : Mansory, ABT Sportsline, TECHART, Urban Automotive ou encore Brabus. Ces spécialistes du sur-mesure transforment des voitures d'exception en objets uniques, mêlant design radical, matériaux nobles et performances poussées à l'extrême.

DERNIERS ARTICLES



ANALYSE YACHTING

Balthazar Yachting relie Monaco et Dubaï au rythme des saisons



ANALYSE IMMOBILIER

Pourquoi la location saisonnière séduit de plus en plus de propriétaires



BRÈVE COMMERCE LOCAL

Une nouvelle adresse du luxe vintage fait son apparition à Monaco



AGENDA PHOTOGRAPHIE

À Nice, le photographe Bobby expose ses clichés iconiques des JO de Paris 2024 au Musée du Sport

LES PLUS LUS

ces 30 derniers jours



ANALYSE YACHTING

Balthazar Yachting relie Monaco et Dubaï au rythme des saisons

SUIVEZ MONACO TRIBUNE

Monaco Tribune dans votre boîte mail 1 fois par semaine ? C'est gratuit !

BPM | TOP MARQUES

REVUE DE PRESSE

**LOST IN
TRANSLATION?**
NOT ANYMORE™

COMING SOON
monacomin.mc

*Mauvaise traduction
Plus maintenant.
Prochainement.

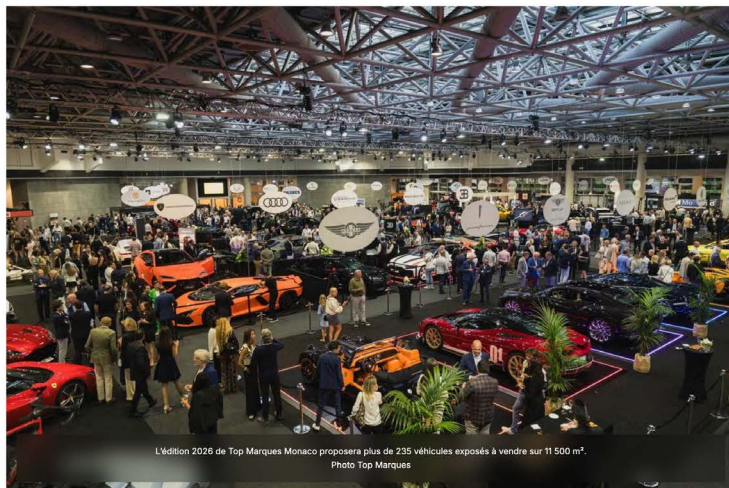
**LOST IN
TRANSLATION?**
NOT ANYMORE™

COMING SOON
monacomin.com

*Mauvaise traduction?
Plus maintenant.
Prochainement.

Enregistrer Partager 0 commentaire

JÉRÉMY BECAM
CRÉÉ LE 15 AVRIL 2026 • 15:08 | MIS À JOUR LE 15 AVRIL 2026 • 15:08



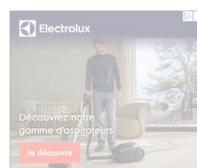
L'édition 2026 de Top Marques Monaco proposera plus de 235 véhicules exposés à vendre sur 11 500 m²
Photo Top Marques

de la conférence, quelques semaines après avoir présenté le programme o
2026. Au total, plus de 100 exposants se répartiront sur six espaces distincts.



 Citroën SUV C3 Aircross - Sponsorisé

SUV Citroen C3 Aircross à partir de 15 990 €....



WEB



NEWS.MC
Monaco Daily News



NEWS.MC
Monaco Daily News

BUSINESS EVENTS LIVING NEWS REAL ESTATE SPORT

TOP MARQUES MONACO BREAKS RECORDS AS EXHIBITORS RUSH TO SECURE 2027 RETURN

by Jack Brodie | May 13, 2026 | Events



Top Marques Monaco has wrapped up its strongest edition yet, with organisers revealing that a large number of exhibitors committed to returning for 2027 before the event's first public day had even ended.

The 21st edition of the luxury automotive show, held at the Grimaldi Forum, drew record crowds and featured more than 235 vehicles, ranging from hypercars and classic models to motorcycles and luxury tuner creations. Organisers estimate attendance exceeded 22,000 visitors across the four-day event, underlining the growing international appeal of the Monaco showcase.

This year's edition quickly evolved from exhibition to marketplace. Dealers reported major sales across several halls, including seven-figure supercars and rare collector vehicles. One classic car exhibitor reportedly sold every model displayed on its stand, while luxury watch and jewellery brands also confirmed strong commercial results throughout the

A major factor behind the event's momentum was the launch of the new Collectors' Private Viewing, introduced ahead of the official opening. Sponsored by Ex Jets, the invitation-only preview allowed buyers and collectors early access to the show floor and the newly created Luxury Tuners Hall. According to exhibitors, deals were being finalised within hours.

The event also reinforced its reputation as a launch platform for the automotive industry, with 16 global unveilings presented in Monaco. Among the headline debuts were the new Audi RS5 plug-in hybrid, the 2,157-horsepower Giamaro Krafla hypercar and the ultra-light Baltasar Revolt electric track car. German manufacturer OQTA also made a notable entrance into the luxury sector with the reveal of its first production model, which later secured the inaugural Visitors' Award for best supercar.


MONACO LEGEND
PROPERTIES

NEWS.MC
monaco.mc

[Watch all the TV shows](#)

LATEST STORIES

Malizia 4 takes Monaco across Atlantic
Sep 6, 2026 | News

Monaco corruption probe deepens as
Thierry Lacoste faces criminal charges
Sep 5, 2026 | Law & Order

Gasly stripped of Monaco Grand Prix
podium in dramatic FIA reversal
Sep 5, 2026 | Motorsport

AS Monaco stun PSG at the Parc des
Princes to extend their perfect start
Sep 5, 2026 | Football

Exhibition celebrates the legacy of
Edmond Pastor
Sep 5, 2026 | News

Never the twain shall cheat
Sep 5, 2026 | News

FREE DAILY NEWSLETTER

Subscribe to our complimentary
newsletter to receive the latest news
headlines straight to your inbox, bright
and early Monday through Saturday. An
summary.

[SUBSCRIBE NOW](#)

MONACO WEATHER

28°

CLEAR SKY

Monday	☁ 28° 22°
Tuesday	☁ 23° 21°
Wednesday	☁ 24° 21°

BPM | TOP MARQUES

REVUE DE PRESSE



INSTAGRAM



monacolife monaco

55,3K ABONNÉS



5



3



Aimé par offroadclubmonaco et d'autres personnes

BPM | TOP MARQUES

REVUE DE PRESSE



BPM Exclusive

x



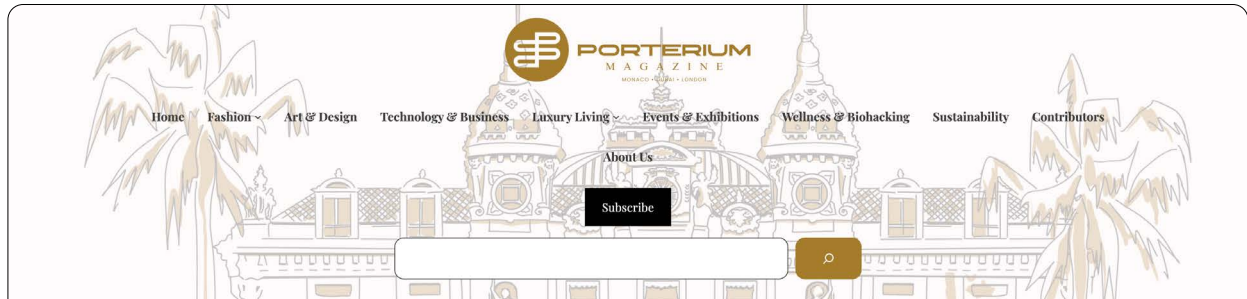
BPM | PAGANI OF MONACO

WEB



PORTERIUM

M A G A Z I N E



Events & Exhibitions

BPM Exclusive | Pagani of Monaco – Official Opening of the First Pagani Showroom in the Principality

by
Liliya Rogova Tippetts
Founder & Editor in Chief

May 18, 2026

BPM Exclusive is pleased to announce the official opening of **Pagani of Monaco**, the very first official Pagani showroom and after-sales service centre in the Principality of Monaco, located at 24 **Avenue de Fontvieille**. This new Monaco-based opening further reinforces BPM Exclusive's position among the most exclusive automotive offerings in Europe.



Photo by: Amaud Taquet

Officially inaugurated this Saturday, May 9, by Horacio Pagani, founder of the iconic brand, the showroom brought together Patrick Bornhauser, founder of BPM Group, Guido Giovannelli, Director of BPM Exclusive, as well as several personalities from the automotive world, alongside Pagani clients.

On this occasion, guests were able to discover the **Huayra Codalunga Speedster**, an extremely exclusive model produced in only ten examples worldwide. Inspired by 1950s and 1960s racing cars, this Hypercar pays tribute to a pure and timeless vision of the automobile, combining sculptural lines, exceptional craftsmanship and advanced technological innovation.

BPM | PAGANI OF MONACO

REVUE DE PRESSE

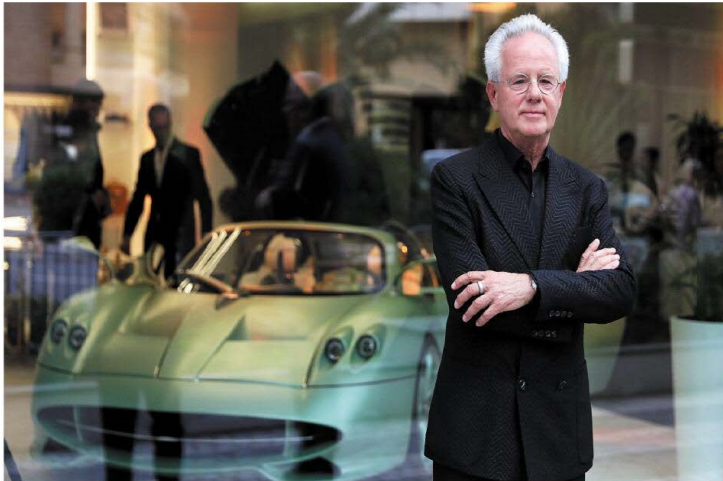




monaco-matin

50 000 EXEMPLAIRES DIFFUSÉS PAR PARUTION

3 nice-matin
LUNDI 11 MAI 2026



Horacio Pagani, fondateur de la marque italienne éponyme, était présent à Monaco ce samedi.

AUTOMOBILE Le fondateur de Pagani était à Monaco pour l'ouverture d'un showroom dédié à la marque chez BPM Exclusive. Celui qui puise ses influences dans les travaux de Léonard de Vinci nous a accordé une interview.

Horacio Pagani, la culture du sur-mesure automobile

PROPOS RECUEILLIS PAR THIBAUT PARAT / TPARAT@NICEMATIN.FR

À MONACO, UNE parade dans les rues suscite automatiquement l'effervescence des passionnés. En plein salon Top Marques, qui abrite le nec plus ultra de l'automobile, c'est dans un quartier inhabituel, à Fontvieille, que les carspotters ont rassemblé par dizaines pour immortaliser la Zonda Roadster Diamante Verde de Fernando Alonso, un bijou de 760 chevaux valorisé à 10 millions d'euros. Le pilote F1 de l'écurie Aston Martin assistait ce samedi à l'inauguration très select du showroom Pagani, 24 avenue de Fontvieille, à deux pas du stade Louis-II, au cœur des locaux de BPM Exclusive.

Distributeur de la marque italienne depuis mai 2024 – ils sont une vingtaine autour du globe – le nouveau fécrin idoine des dorénavant, n, où la personnalité à l'extrême. À l'œuvre d'art, la Speedster, exposition dans le suite à moins de 100 millions le monde. (lire

minutes durant lesquelles cet entrepreneur et ingénieur argentin, grand admirateur de Léonard de Vinci, véhicule une passion viscérale née très tôt. Adolescent, déjà, il construisait ses premiers modèles réduits en bois et résine.

À l'image de Pagani, le showroom de Monaco s'inscrit dans la rareté...

Nous sommes très fiers d'avoir une vingtaine de showrooms dans le monde. Toutes nos voitures sont homologuées pour rouler, y compris en Californie où les normes demeurent les plus drastiques et difficiles à obtenir. Avoir un concessionnaire à Monaco était un rêve de toute une vie. Il y a un avant, ici c'est un après.

On vous dit grand fan de Léonard de Vinci. Vous voyez l'automobile comme de l'art, avec cette approche de « haute couture » ?

J'ai eu la chance, petit, d'être passionné par la matière artistique et d'éprouver une grande curiosité pour la science. Naturellement, je me suis rapproché de l'univers de Léonard de Vinci qui cherchait, lui aussi, ce compromis. Souvent, ces deux disciplines – la créativité et la technique – suivent des voies parallèles, voire divergentes. Il nous a appris que, au contraire, elles con-

vergent. À notre petite échelle de constructeur, nous essayons avec humilité de perpétuer cela.

À l'instar des œuvres d'art, les Pagani prennent-elles de la valeur avec le temps ?

Oui, il y a une forte croissance de la valeur des Pagani depuis sa création. Ce n'est pas moi qui le dis mais les statistiques. Une des premières voitures produites chez Pagani avait initialement été vendue à 1,5 million d'euros. Lors d'une transaction privée, elle a été réévaluée à 32 millions.

Très peu d'exemplaires sont produits chaque année, 60 à 65 environ. Pourquoi ce choix ?

La Motor Valley à Modène (Émilie-Romagne, NDLR), c'est l'histoire de l'automobile avec des marques merveilleuses comme Ferrari et Maserati. Nous ne sommes ni meilleurs, ni pires, mais nous essayons de produire des voitures qui s'apparentent à la confection d'un costume sur-mesure. Elles sont fabriquées à la main et nous ne pouvons pas produire en grande quantité. Le simple fait d'augmenter la production annuelle de 2 à 3 voitures signifie qu'il faut commencer des années à l'avance pour former le personnel. Cela ne s'apprend pas

du jour au lendemain.

Pourquoi ne pas avoir choisi l'automatisation industrielle ?

C'est un héritage de la Renaissance. Le fait de continuer à cultiver une activité manuelle et artistique, avec un aspect scientifique, constitue une forme d'épanouissement. Cela crée de la valeur ajoutée, comme un vêtement sur-mesure.

La personnalisation des voitures est vraiment poussée à l'extrême, selon les clients. Avez-vous reçu des demandes insolites ?

Chaque client souhaite une voiture à son image, qui lui correspond. Nous essayons donc de répondre à leurs attentes en les aidant à trouver le bonheur. La voiture que nous avons réalisée en collaboration avec Bulgari [le joaillier, NDLR] avait 5 millions d'euros d'options.

« Pagani veut des passionnés, pas des spéculateurs »

CHEZ BPM EXCLUSIVE, distributeur de 15 marques automobiles de luxe en Principauté, on se félicite d'avoir déniché un écrin à la hauteur de la marque Pagani au 24, avenue de Fontvieille. « C'est une approche presque artisanale de l'automobile : tout est réalisé à la main avec un niveau de finition exceptionnel et une personnalisation quasi sans limite. Surtout, la marque cultive un véritable esprit de famille et privilégie des clients passionnés plutôt que des spéculateurs », confie Guido Giovannelli, directeur de BPM Exclusive.

En général, Horacio Pagani informe, en personne et en exclusivité, les clients de la sortie d'un nouveau modèle. Eux-mêmes ont, précédemment, été sélectionnés par le grand patron.

« Pour avoir une Pagani il faut vraiment la mériter. On parle de 60 à 65 voitures livrées chaque année dans le monde. Il faut montrer patte blanche, assure Thomas Cordier, référent Pagani sur Monaco. On soumet le profil du client à l'usine, c'est M. Pagani qui décide ensuite. Les clients n'ont pas le droit de revendre la voiture sous deux ans. Et s'ils la vendent ensuite hors du réseau concessionnaire officiel, ils sont blacklistés de Pagani. » En Europe, la marque est représentée au Danemark, en Angleterre, en Suisse, en Allemagne, en Pologne et, depuis mai 2024, à Monaco.

L'inauguration du showroom Pagani chez BPM Exclusive a attiré les curieux à Fontvieille.
PHOTOS JUSTINE MEDDAH



BPM | PAGANI OF MONACO

REVUE DE PRESSE





VISITEURS/MOIS : 3 210 084

REVUE DE PRESSE





VISITEURS/MOIS : 3 210 084

ⓧ



NEWS.MC
Monaco Daily News

ⓧ

WEB



HAUTE TODAY ♦ MONACO

HAUTE TODAY ♦ MONACO Finer things in life. Curated by a Monaco-based connoisseur.



HORACIO PAGANI OFFICIALLY OPENS ELEGANT NEW PAGANI MONACO SHOWROOM

A NEW ADDRESS FOR PAGANI IN MONACO

The Principality of Monaco has welcomed a new addition to its luxury automotive landscape with the official opening of Pagani of Monaco, the first official showroom and after-sales service centre in Monaco. Located at 24 Avenue de Fontvieille, the new space strengthens the presence of the Italian hypercar manufacturer in one of Europe's most prestigious automotive destinations.

The showroom was officially inaugurated on Saturday, May 9, in the presence of Horacio Pagani, founder of the renowned Italian marque. Also attending the opening were Patrick Bornhauser, Guido Giovannelli, members of the automotive world and VIP clients from across the region.



THE HUAYRA CODALUNGA SPEEDSTER TAKES CENTRE STAGE

To mark the occasion, guests were invited to discover the Huayra Codalunga Speedster, an exceptionally rare model limited to only ten examples worldwide. Inspired by racing cars from the 1950s and 1960s, the hypercar reflects the brand's distinctive approach to automotive design, combining flowing proportions, lightweight engineering and hand-crafted detailing.

The model embodies the philosophy that has defined the brand since its foundation near Modena in the late 1990s: the fusion of advanced technology with artisanal craftsmanship. Every component is conceived with a strong emphasis on precision, individuality and material excellence.



BPM | PAGANI OF MONACO

REVUE DE PRESSE



INSTAGRAM



CULTURE_ELITE

290K ABONNÉS



culture_elite



AUTOMOBILE

Pagani ouvre son premier showroom à Monaco et dévoile une hypercar produite à seulement 10 exemplaires.



10



40



Aimé par bpm_exclusive et d'autres personnes
re_elite @paganiautomobili ouvre son... plus



Culture Élite

3 552

publications

290 K

followers

1

suivi(e)s

Agence média

Votre rendez-vous quotidien avec le luxe et ses coulisses.

go.cultureelite.fr/media-luxe

[@culture_elite](#)

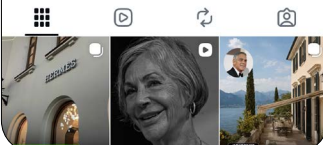
Adresse e-mail



Suivi par agence_paradox_media, caroline_paradox_media et 40 autres personnes

Suivi(e) ▾

Envoyer un message



BPM | PAGANI OF MONACO

REVUE DE PRESSE





MONACO

HEBDO

3 000 EXEMPLAIRES DIFFUSÉS PAR NUMÉRO



dio Bowers & Wilkins de 1 610 Watts optionnel, qui transforme l'habitacle en un espace pour mélomanes. Les dossiers arrière inclinables électriquement de 28 à 33° permettent d'accroître le confort. Notez que le grand toit vitré, hélas, ne s'ouvre pas. Bien que son prix puisse paraître élevé, il est justifié par les technologies avancées, comme cette bosse sur le toit où est logé un super radar pourvu d'un bouclier sécuritaire avec sept caméras, cinq radars et douze capteurs à ultrasons. Rien que ça. En attendant, les amateurs de berlines espèrent voir une version plus démocratisée, comme l'ES60, pour rendre cette expérience haut de gamme plus accessible. ■

TARIF: À PARTIR DE 75 900 EUROS

NOTE GLOBALE: ★★★★★

À CONDUIRE: ★★★★★

AUTO./CONSO.: ★★★★★

À FINANCER: ★★★★★

TECHNOLOGIE: ★★★★★

PERFORMANCES: ★★★★★

LES MOINS: ★★★★★

POIDS: ★★★★★

PRIX: ★★★★★

COMMUNICATION: ★★★★★

FONCTIONNALITÉS DE BASE TROP DIGITALES



Auto News

BPM Exclusive ouvre un showroom Pagani à Monaco



BPM Exclusive a célébré l'inauguration de son tout premier showroom Pagani à Monaco, au 24 avenue de Fontvieille. Inauguré le 9 mai 2026 par Horacio Pagani, ce lieu renforce le positionnement de BPM parmi les marques automobiles les plus exclusives d'Europe.

BPM Exclusive est une division du groupe français BPM, spécialisée dans la distribution de voitures de luxe et de supercars. Basée notamment à Monaco, elle commercialise des marques comme Ferrari ou Aston Martin auprès d'une clientèle haut de gamme. Les visiteurs ont donc eu l'opportunité de découvrir ce nouveau lieu. Ce showroom offre également un configurateur sur-mesure, qui permet à chaque client de personnaliser son expérience. A l'honneur, le jour de l'inauguration, on a pu voir la Huayra Codalunga Speedster, une hypercar produite à seulement dix exemplaires dans le monde. Inspiré des courses des années 1950 et 1960, ce modèle incarne l'alliance entre artisanat, design sculptural et innovations technologiques. À travers cet espace, Pagani Automobili plonge les visiteurs dans un univers où l'émotion automobile est au cœur de chaque détail. Les clients peuvent aussi explorer un configurateur, ce qui leur permet de concevoir leur propre Pagani sur-mesure. Directeur général de BPM Exclusive et de Monaco Luxury en Principauté, Guido Giovannelli a souligné l'importance de cette inauguration: « Nous sommes fiers d'offrir un showroom et un service après-vente à la hauteur de l'univers de Pagani. »





MONACO

HEBDO

Edmond de Rothschild s'installe au cœur de Monaco.



Accueil > Auto > BPM Exclusive ouvre un showroom Pagani à Monaco

AUTO

BPM Exclusive ouvre un showroom Pagani à Monaco

par JIMMY MELONI Publié le 23 mai 2026 à 08h05



© Photo DR

BPM Exclusive a célébré l'inauguration de son tout premier showroom Pagani à Monaco, au 24 avenue de Fontvieille. Inauguré le 9 mai 2026 par Horacio Pagani, ce lieu renforce le positionnement de BPM parmi les marques automobiles les plus exclusives d'Europe.

BPM Exclusive est une division du groupe français BPM, spécialisée dans la distribution de voitures de luxe et de supercars. Basée notamment à Monaco, elle commercialise des marques comme Ferrari ou Aston Martin auprès d'une clientèle haut de gamme. Les visiteurs ont donc eu l'opportunité de découvrir ce nouveau lieu. Ce showroom offre également un configurateur sur-mesure, qui permet à chaque client de personnaliser son expérience. A l'honneur, le jour de l'inauguration, on a pu voir la Huayra Codalunga Speedster, une hypercar produite à seulement dix exemplaires dans le monde. Inspiré des courses des années 1950 et 1960, ce modèle incarne l'alliance entre artisanat, design sculptural et innovations technologiques. À travers cet espace, Pagani Automobili plonge les visiteurs dans un univers où l'émotion automobile est au cœur de chaque détail. Les clients peuvent aussi explorer un configurateur, ce qui leur permet de concevoir leur propre Pagani sur-mesure. Directeur général de BPM Exclusive et de Monaco Luxury en Principauté, Guido Giovannelli a souligné l'importance de cette inauguration : « Nous sommes fiers d'offrir un showroom et un service après-vente à la hauteur de l'univers de Pagani. »

par JIMMY MELONI Publié le 23 mai 2026 à 08h05

TAGS monaco bpm



Edmond de Rothschild s'installe au cœur de Monaco.



PUTILOS

M.A.M.

PLUS DE 135 ANS D'ENGAGEMENT AU SERVICE DE LA PRINCIPAUTÉ



La construction d'un système énergétique durable, prêt pour demain.



Groupe SMED

Cheminée de la Principauté



CYCLE DE CONFÉRENCES
Vendredi 11 septembre 2026 - 18h30
AUDITORIUM RABIER II
Boulevard Louis II - Monaco
NOUVEAU LIEU



BPM | PAGANI OF MONACO

REVUE DE PRESSE



$\textcircled{\text{X}}$

BPM Exclusive

x



BPM | MCLAREN

WEB



monacolife

71 000 VISITEURS UNIQUES / MOIS

28 °C



monacolife

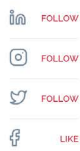
SEARCH USER SUBSCRIBE

NEWS BUSINESS SUSTAINABILITY LIFESTYLE TECH TRAVEL CULTURE WHAT'S ON SPORT PRINCELY FAMILY INTERVIEWS

NEWS > LIFESTYLE & WELLBEING > MCLAREN BRINGS LE MANS HYPERCAR AND EXCLUSIVE OWNERSHIP PROGRAMME TO MONACO

MCLAREN BRINGS LE MANS HYPERCAR AND EXCLUSIVE OWNERSHIP PROGRAMME TO MONACO

by [Cassandra Tanti](#) 13/05/2026



One of the most talked-about debuts at Top Marques Monaco 2026 was not a road car. McLaren's MCL-HY — the hypercar the British manufacturer will campaign at the 24 Hours of Le Mans and in the FIA World Endurance Championship from 2027 — made its Monaco appearance fresh from its global reveal on 4th May, and the crowds it drew throughout the show reflected just how significant this moment is in McLaren's history.

It is the first time since the F1 GTR's legendary outright victory at Le Mans in 1995 that McLaren has built a car for the top class of endurance racing. Built to LMDh regulations, the MCL-HY combines a lightweight carbon fibre monocoque with a twin-turbocharged V6 race engine paired with a hybrid system, delivering up to 707PS to the rear axle. Its striking test livery — revealed at Top Marques in papaya and carbon — is inspired by the McLaren M6A, the car Bruce McLaren once dreamed of taking to Le Mans, rooting the MCL-HY firmly in the marque's racing heritage.

Neil Underwood, Head of McLaren Track Cars, was on hand at Top Marques to explain the programme — and the remarkable client experience being built around it.

"This is the first car since the McLaren F1 GTR — the one that won Le Mans — that a customer can own a derivative of," he told Monaco Life's Cassandra Tanti. "They can own one outright. That's a fascinating story in itself."



MYCROWN
COLLECTION
LUXURY LIVING



mycrowncollection.com



BPM | MCLAREN

REVUE DE PRESSE



INSTAGRAM



monacolife en net

55,3K ABONNÉS



BPM | MCLAREN

REVUE DE PRESSE





320 000 LECTEURS INTERNATIONAUX PAR NUMÉRO (HNWI & UHNWI)

DISCOVER | Prince Albert II of Monaco Foundation Launches the Call for Entries for its 2027 Environmental Photography Award

f

@

d

SUN, 06 SEP 2026 | MONACO 24°C

NEWS

VISITING MONACO

TM

Hello

Monaco

www.hellomonaco.com

EVENTS

MAGAZINE

BACK

SHARE

BOOKMARK



@McLaren

From Monaco to Le Mans: McLaren's Triple Crown Assault Begins Again

After decades away from the top class of endurance racing, McLaren has officially revealed the car that will carry the famous papaya colours back to the highest level of the FIA World Endurance Championship in 2027, and back to the unforgiving theatre of the 24 Hours of Le Mans.

LATEST NEWS

17 MAY, 2026

HOME / NEWS / LATEST NEWS

FROM MONACO TO LE MANS: MCLAREN'S TRIPLE CROWN ASSAULT BEGINS AGAIN

There are moments in motorsport when a new car is not merely a machine. It is a declaration, a warning and a resurrection combined.

McLaren's newly unveiled MCL-HY Hypercar feels unmistakably like all three.

After decades away from the top class of endurance racing, McLaren has officially revealed the car that will carry the famous papaya colours back to the highest level of the FIA World Endurance Championship in 2027, and back to the unforgiving theatre of the 24 Hours of Le Mans.

But this is not simply a return. It is the beginning of something far more ambitious.

McLaren is openly positioning itself for another assault on motorsport's elusive Triple Crown: victory at the Monaco Grand Prix, the Indianapolis 500 and Le Mans itself.

Few manufacturers can even dream of such a challenge. McLaren already competes at the summit of Formula 1 and IndyCar. Now Le Mans returns to complete the triangle. And suddenly the impossible begins to look dangerously realistic.

The newly revealed MCL-HY arrives wrapped in a dramatic test livery inspired by the legendary McLaren M6A, a deliberate nod to Bruce McLaren's original sports-car ambitions from the late 1960s. The connection is deeply symbolic.

Long before modern hypercars became rolling aerospace laboratories, McLaren dominated Can-Am with brutal orange machines that rewrote ideas about speed and engineering. The company's famous 1995 victory at Le Mans with the McLaren F1 GTR only reinforced the mythology.



BPM | MCLAREN

REVUE DE PRESSE

T.V.



monacoinfo

AUDIENCE MOYENNE : 40 000 TÉLÉSPECTATEURS



18 MAI 2026



BPM | MCLAREN

REVUE DE PRESSE



RADIO



[Lien Audio]

PLUSIEURS MILLIONS D'AUDITEURS PAR JOUR



BPM | MCLAREN

REVUE DE PRESSE



WEB



RevMag

Home > Posts > We sat down with McLaren's Le Mans driver in Monaco

We sat down with McLaren's Le Mans driver in Monaco

Plus: a Dacia Logan made Verstappen flash his lights. BMW built perfection and hid it. And a V12 farewell.



Jack Brodie

May 22, 2026 · 3 min read



FROM THE EDITOR

Welcome back to the Rev Report.

This week RevMag did something we're quietly proud of. We sat down with Mikkel Jensen, McLaren's Hypercar driver, in Monaco, with the MCL-HY parked outside, three weeks before Le Mans. He was calm, precise, and said something at the end that stopped the conversation dead. You'll find it below.

Elsewhere: a Dacia Logan with 280 horsepower made Max Verstappen flash his lights at the Nürburgring 24 Hours. BMW designed the most beautiful concept car of 2026 and decided not to sell it. And Brabus built a 224mph V12 monster as a tribute to the man who started it all.

Let's go.

BPM | MCLAREN

REVUE DE PRESSE



BPM Exclusive

x

ROLLS-ROYCE

MOTOR CARS

PARIS
OWNERSHIP SERVICES

BPM | ROLLS-ROYCE PARIS



Accessibilité

Vidéo **Normal** Podcasts Jeux Journal

Menu

Le Parisien

Se connecter S'abonner

À la une En continu Paris & Île-de-France Faits divers Politique International Économie Société Sports Culture Étudiant Vidéos Guide d'achat Jardin

Automobile

« Cette invisibilité dans la capitale du luxe faisait tache » : Rolls Royce fait son retour à Paris

Dans le XVI^e arrondissement, la célèbre marque britannique prépare son offensive française, entre électrification et rajeunissement de sa clientèle.

Par **Matthieu Pelloli**
Le 24 juin 2026 à 07h50



Comptez environ 400 000 euros pour une Rolls « standard ». Pour le sur-mesure, c'est encore plus cher (LP)Arnaud Journois

Offrir cet article Ajouter Le Parisien en favori sur Google

Une petite rue discrète, à sens unique, une entrée très confidentielle. C'est ici, au 6, rue de la Cavalerie, dans le XVI^e arrondissement, que [Rolls-Royce, la célèbre marque britannique](#), symbole d'élitisme et de raffinement en matière automobile, signe son retour à Paris, après treize années d'absence. « Cette invisibilité dans la capitale du luxe faisait tache », grince un propriétaire élégant. D'autant plus que la relation historique remonte assez loin : dès décembre 1904, peu après sa création, Rolls-Royce présentait ses premières [automobiles](#) à Paris.

La suite après cette publicité

Bienvenue, donc, chez « Rolls-Royce Motor Cars Paris Ownership Services », un espace pensé pour offrir une expérience « sur mesure » à une clientèle française et internationale. Le site est opéré par BPM Exclusive, filiale du groupe BPM également en charge de Rolls-Royce Monaco. Les affaires se portent bien, merci. BPM Exclusive, fondé par Patrick Bornhauser, un ancien pilote français, affiche un solide chiffre d'affaires de 9,5 milliards d'euros en 2025.

Lire l'article maintenant

ou





Rolls-Royce fait son retour à Paris

Dans le XV^e arrondissement, la célèbre marque britannique prépare son offensive française, entre électrification et rajeunissement de sa clientèle.

Matthieu Pelloli

UNE PETITE RUE discrète, à sens unique, une entrée très confidentielle. C'est ici, au 6, rue de la Cavalerie, dans le XV^e arrondissement, que Rolls-Royce, la célèbre marque britannique, symbole d'élitisme et de raffinement en matière d'automobile, signe son retour à Paris, après treize années d'absence. « Cette invisibilité dans la capitale du luxe faisait tâche », grince un propriétaire élégant. D'autant plus que la relation historique remonte assez loin : dès décembre 1904, peu après sa création, Rolls-Royce présentait ses premières automobiles à Paris.

Bienvenue, donc, chez Rolls-Royce Motor Cars Paris Ownership Services, un espace pensé pour offrir une expérience « sur mesure » à une clientèle française et internationale. Le site est opéré par BPM Exclusive, filiale du groupe BPM également chargé de Rolls-Royce Monaco. Les affaires se portent bien, merci. BPM Exclusive, fondé par Patrick Bornhauser, un ancien pilote français, affiche un solide chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros en 2025.

Au 6, rue de la Cavalerie, Rolls-Royce propose un showroom et un atelier d'entretien-réparation. « On ne répare pas sa Rolls chez Norauto (sic) », lâche un participant à l'inauguration des lieux. « Il faut être formé pour prendre soin de ces beautés exceptionnelles, résume —

plus élégamment — Pauline Waldura, responsable Rolls-Royce chez BPM Exclusive. Tout, ici, répond à des normes d'identité constructeur très fortes. » Salons de réception cosy, préservation de l'anonymat, même si ce sont souvent... les chauffeurs, ou les assistants, qui conduisent les véhicules au garage.

Un atelier mécanique plutôt... chic

Auparavant, les propriétaires parisiens de Rolls-Royce effectuaient la plupart du temps leur entretien-réparation à Monaco. Dorénavant, ils disposent d'un atelier mécanique à Paris. L'immeuble Art déco de la rue de la Cavalerie a dû être aménagé. Il a notamment fallu démolir le plafond pour installer, au niveau -2, à l'abri des regards, les ponts élévateurs qui servent à monter les monstres de plusieurs tonnes. Pas une tache d'huile ni une clé à molette qui traîne. L'endroit tient plus du bloc opératoire que du garage.

Deux chefs techniciens formés sur le site historique de Goodwood, dans le Sussex, où tous les modèles sont assemblés, assurent l'entretien dans les règles de l'art. Seule ombre au tableau, certaines pièces de rechange mettent parfois beaucoup de temps à arriver à cause du Brexit, contrariant des clients très... exigeants.

« L'ouverture de cet espace parisien est le premier pas du renforcement de notre présence en France », indique Sandra Sauer, la représentante



Paris (XV^e), ce mardi. Installés dans un immeuble Art déco, le showroom et l'atelier de la marque offrent une expérience sur mesure à la clientèle de ces bijoux mécaniques.

Rolls-Royce. La marque a clairement identifié « un potentiel de marché » dans la capitale, enchaîne-t-elle, quand bien même certains éventuels acquéreurs y redoutent les petites rues et le... climat social.

Autour de 400 000 € en moyenne

Rolls-Royce, fondée au début du XX^e siècle et rachetée par BMW en 1998, s'est remarquablement dépoissée. La moyenne d'âge des acheteurs



Tout, ici, répond à des normes d'identité constructeur très fortes

Pauline Waldura, responsable Rolls-Royce chez BPM Exclusive

(propriétaires, en moyenne, de... six modèles de la marque) est passée de 56 ans en 2010 à une grosse quarantaine d'années aujourd'hui. Signe des temps (nouveaux), la firme de Goodwood a développé Whispers, une application qui donne accès à différents services et permet aux clients de discuter entre eux. Les plus « tradi » crient au crime de lèse-majesté...

Et côté tarifs ? Le prix moyen tourne autour de 400 000 €, mais celui des

modèles sur mesure s'envole. Le constructeur a développé sa division Bespoke (« sur-mesure »), capable de répondre à toutes les demandes, même les plus excentriques. Les dépenses de personnalisation représentent autour de 80 000 € par voiture.

Un service clients ultra-personnalisé

Ces clients Rolls atypiques, Pauline Waldura les connaît bien. « Certains ont des demandes pour lesquelles on est à deux doigts du service de conciergerie, glisse-t-elle, pro jusqu'au bout des ongles. Qu'il s'agisse d'aller chercher un nouveau-né à la maternité, parce que son premier voyage automobile doit se faire en Rolls, ou de trouver un maroquinier pour fabriquer un lit en cuir pour berger allemand à l'arrière... »

Rolls-Royce, enfin, n'échappe pas à l'électrification. En 2023, le constructeur a livré Spectre (dans la lignée des noms en clair-obscur de la marque : Phantom, Spirit, Ghost, Dawn...), son premier véhicule 100 % électrique.

Les Rolls ne courent pas les rues, certes, mais les voitures au Spirit of Ecstasy juché sur la calandre sont néanmoins de plus en plus nombreuses à être immatriculées. Toutes proportions gardées, bien sûr, cela représente autour de 6 000 exemplaires par an ces dernières années. Les deux premiers débouchés : l'Amérique du Nord, suivie de la Chine. Et bientôt Paris et la France ?

De gros rabais attendus dès l'ouverture des soldes ce mercredi

En pleine canicule, les centres commerciaux, climatisés, pourraient tirer leur épingle du jeu.

Odile Plichon

C'EST PARTI pour quatre semaines de prix remisés,



« serré la ceinture pendant des mois, les Français seraient, ndage OpinionWay, prêts à « se lâcher » un peu.

Yohann Petitot, général de l'Alliance Commerce — qui reprend de 700 enseignes, ment dans l'habillement. Au cours

des cinq premiers mois de l'année, les dépenses ont été en recul de 2,6 % par rapport à la même période de 2025. Christophe Noël, le délégué général de la Fédération des

acteurs du commerce et des territoires (Fact), qui réunit notamment les centres commerciaux, corrobore cette tendance. « Depuis septembre 2025, pointe-t-il, nous assistons à une décorrélacion entre la fréquentation et les chiffres d'affaires : même lorsque la fréquentation se maintient, le chiffre d'affaires lui, peut reculer, ce qui montre qu'il y a eu une baisse du ticket d'achat moyen. »

Un budget moyen de 357 € cette année

Après des mois d'abstinence, les consommateurs seraient donc prêts à se « lâcher » un peu. Selon un sondage OpinionWay pour Mollie, une pla-

te-forme de gestion financière, le budget moyen anticipé pour les soldes pourrait être de 357 € cette année, en hausse de 124 € par rapport à l'an dernier. « Et comme, du fait de l'atonie des derniers mois, les commerçants ont encore des stocks, ils pourraient être tentés de proposer des rabais très importants dès le début des soldes, afin de capter la clientèle », estime Emmanuel Le Roch, expert du commerce.

Une question se posera néanmoins dès ce mercredi : la canicule va-t-elle peser sur les ventes ? Beaucoup d'experts misent sur une hausse de l'e-commerce dans les premiers jours. Mais pas uniquement. « Pour les arti-

cles textiles, les consommateurs aiment bien se rendre dans les magasins », rappelle Emmanuel Le Roch.

Et à ce jeu-là, les centres commerciaux, entièrement climatisés, pourraient être les grands gagnants. « Lors du précédent épisode de chaleur fin mai, la fréquentation y avait diminué de 0,5 %, mais comme les mobilités urbaines avaient bien davantage baissé, cela signifie que nous avions gagné des parts de marché », rappelle Christophe Noël, qui pointe surtout, d'après des données exclusives, « une hausse de la fréquentation dans [les] centres commerciaux de 4,1 % depuis le début de cette nouvelle canicule ».





LE FIGARO MAGAZINE

22 394 461 VISITEURS/MOIS

Menu

Rechercher

TV & Vidéos

Audio

Jeux

Le Figaro in English

Newsletters

Actu locale

Se connecter

LE FIGARO

Lire le journal

Automobile

VENTE FLASH
-70% par mois pendant 12 mois

Véhicules hybrides

Essais auto

Sécurité routière

Deux roues

Guide pratique

Droit de l'utilisateur

Environnement

Flotte automobile

Voitures de collection

Marketing digital à l'heure de l'IA

Maîtrisez les dernières innovations pour booster votre stratégie marketing

CCM Benchmark

ESCP

Accueil > Art de vivre > Automobile

Shine

En savoir plus

- Intelligence artificielle
- Transformation digitale
- Search marketing
- Social media
- Content marketing
- Branding
- Data driven marketing
- CRM
- Emailing
- Pilotage

Formation certifiante éligible au CPF

En savoir plus

Rolls-Royce rouvre à Paris son seul point d'après-vente en France après quatorze ans d'absence

Par Clément Gros

Publié le 23/06/2026 à 17h16, mis à jour le 24/06/2026 à 15h33

Ajouter Le Figaro à vos sources préférées

Paris

Rolls-Royce

Sauvegarder

Copier le lien

f

x

in

Les élévateurs sur lesquelles les Rolls-Royce sont entretenus. CG Figaro

Dans une rue à sens unique du 15e arrondissement, Le Figaro a pu visiter le nouveau centre après-vente Rolls-Royce, installé dans un immeuble Art déco à l'entrée confidentielle.

Le Particulier Figaro Partenaire

Comment Claire, a-t-elle utilisé les SCPI pour préparer sa retraite ?

Claire dispose d'une épargne solide mais peu productive. Elle se tourne vers les SCPI comme une alternative pour préparer sa retraite sans gérer un bien immobilier direct.

JE M'INFORME

Une Rolls-Royce tous les trois mois. C'est le rythme des immatriculations neuves en France depuis le début de l'année. Pas de quoi justifier une adresse parisienne, pourrait-on croire. C'est pourtant rue de la Cavalerie, dans le 15e arrondissement, que la marque a rouvert ce printemps un centre après-vente, le premier depuis quatorze ans. Le Figaro a visité le site ce 23 juin, un bâtiment Art déco dont l'entrée dans une rue à sens unique, se veut confidentielle.

À découvrir

Abonnez-vous au Figaro Style sur Instagram : l'art de vivre selon Le Figaro

Derrière cette discrétion, se cache BPM Exclusive, un concessionnaire automobile de luxe basé à Monaco, qui gère déjà le seul point de vente Rolls-Royce. C'est là que se vendent les voitures. Paris joue un rôle différent en assurant l'entretien et les réparations pour les

BPM | ROLLS-ROYCE PARIS

REVUE DE PRESSE



L'argus

2 577 079 VISITEURS/MOIS

Rechercher sur largus.fr

Rechercher un modèle

Marque

Modèle

OK

Accès pro

Mon Argus®

Cote Argus®

Essais

Nouveautés

Actus

Guide d'achat

Annonces Auto

Vendre

Forum

Toutes les marques

Professionnels

À LA UNE

Véhicules électriques/hybrides

Citroën C3

Renault 5

Bonus écologique 2025

Tout savoir sur l'EBS

ROLLS-ROYCE

Actualités

Essais

Dossiers Fiabilité

Guide d'achat

Petites annonces

Fiches Techniques

Prix du neuf

+

L'argus / Actualités Auto / Pro - Services automobiles / Rolls-Royce s'appuie sur BPM pour revenir à Paris avec un point de service après-vente

Publicité

Citroën C3 Business

Jusqu'à 8 ANS

CITROËN

8 ANS

WIE CARS GARANTIE



CITROËN

Powered by

Rolls-Royce s'appuie sur BPM pour revenir à Paris avec un point de service après-vente

Une adresse « prestigieuse » pour des services après-vente « d'exception » à la hauteur des exigences des clients. Voici la promesse formulée par Rolls-Royce, qui s'appuie sur BPM Exclusive pour son retour à Paris, non loin du Champ-de-Mars, après plusieurs années d'absence.

Par [Franck Boltiaux](#)

Publié le 13/04/2026 - 12:47 Mis à jour le 13/04/2026 - 14:47



VOIR LES PHOTOS

Les clients de Rolls-Royce disposent désormais d'un point de service après-vente officiel à Paris, alors qu'il n'y en avait plus depuis plusieurs années.

Franck Boltiaux - L'argus



NÜRBURGRING

AUDI RS5

AVANT (B10)

À peine 8 immatriculations en 2025 et une seule au premier trimestre 2026. Malgré un nom bien connu du grand public, [Rolls-Royce](#) reste une marque (très) confidentielle en France. Il faut dire que ses luxueuses voitures ne sont pas à la portée de tout le monde. Le prix d'un SUV Cullinan à moteur V12 biturbo démarre par exemple juste sous la barre des 400 000 €, hors option et hors malus. Il existe pourtant un vivier de clients dont il faut s'occuper en après-vente.

Rechercher un modèle

Marques

Modèles

RECHERCHER UN MODÈLE

Pour ne rien louper de l'actualité automobile

Inscrivez-vous à notre Newsletter

Adresse Email

JE M'ABONNE

BPM | ROLLS-ROYCE PARIS

REVUE DE PRESSE

WEB



design
ADVANCED LIFESTYLE MAGAZINE

design
ADVANCED LIFESTYLE MAGAZINE

[HOME](#) [NEWS](#) [DRIVE](#) [TRAVEL](#) [CULTURE](#) [CONTACT](#)

[RETOURNER](#)

ROLLS-ROYCE À PARIS : L'ART DU SERVICE ULTRA-LUXE S'INSTALLE AU CŒUR DE LA CAPITALE

Dans l'univers du luxe contemporain, l'excellence ne se limite plus au produit. Elle s'étend à l'ensemble de l'expérience, bien au-delà de l'acte d'achat. Cette réalité, Rolls-Royce l'a parfaitement intégrée.

Pour une clientèle internationale habituée à naviguer entre plusieurs résidences, plusieurs villes et plusieurs styles de vie, le service doit être aussi fluide, exclusif et irréprochable que l'automobile elle-même. C'est précisément dans cette logique que s'inscrit l'ouverture du nouveau centre après-vente de Rolls-Royce Motor Cars à Paris, opéré par BPM Exclusive*, filiale du groupe monégasque BPM Group. Plus qu'une simple implantation technique, cette nouvelle adresse parisienne illustre une évolution profonde du marché automobile de luxe : celle d'un service pensé autour des usages réels d'une clientèle cosmopolite, exigeante et ultra-mobile.

Car aujourd'hui, de nombreux clients de Rolls-Royce Motor Cars achètent leur véhicule à Monaco, tout en passant une large partie de leur temps à Paris. Entre déplacements professionnels, séjours prolongés et résidences secondaires, leur quotidien s'organise entre plusieurs capitales européennes. Dans ce contexte, il devenait essentiel de proposer une continuité de service parfaitement alignée avec leurs attentes. Le choix de Paris ne doit rien au hasard. La capitale française entretient depuis longtemps une relation particulière avec la marque britannique. Rolls-Royce y présentait déjà ses premières automobiles dès 1904, peu après la création de l'entreprise. Son retour dans la capitale prend donc une dimension presque symbolique.

Le nouvel atelier a pris place au 6 rue de la Cavalerie, dans un environnement discret, élégant et résolument parisien. Installé dans un immeuble Art déco, ce centre de 600 m² a été conçu pour répondre aux standards les plus élevés de la marque. L'approche va bien au-delà d'un simple service mécanique. Tout a été pensé pour prolonger l'expérience Rolls-Royce dans les moindres détails : accueil personnalisé, accompagnement sur mesure, techniciens hautement qualifiés et environnement à la hauteur du niveau d'exigence de la clientèle. Dans cet univers, la notion de service prend une dimension particulière. Une Rolls-Royce n'est pas une automobile comme les autres. Elle est souvent le reflet d'un style de vie, d'un statut, d'une vision du luxe. Son entretien exige donc une approche spécifique, où la précision technique se combine à une qualité de relation irréprochable.

Cette vision est d'ailleurs clairement exprimée par John Beckley, directeur régional pour le Royaume-Uni, l'Europe et l'Asie centrale chez Rolls-Royce Motor Cars : « Nous nous réjouissons de collaborer avec un partenaire disposant d'une expertise reconnue dans l'automobile de luxe. BPM Exclusive démontre une compréhension fine des attentes des clients Rolls-Royce. Pour Rolls-Royce Motor Cars, cette ouverture marque une étape clé dans le renforcement de notre présence en France. » Au-delà de l'infrastructure, ce projet reflète aussi les ambitions stratégiques du groupe BPM, qui poursuit son développement dans les segments les plus exclusifs du marché automobile européen. Déjà solidement implanté à Monaco, le groupe voit dans cette ouverture parisienne une extension naturelle de son savoir-faire. Patrick Bornhauser, président du groupe BPM, résume cette vision avec clarté : « Paris occupe une place singulière dans l'histoire du luxe. S'y établir, dans un lieu à la fois central et discret, relève d'un choix pleinement assumé. Cette implantation illustre notre volonté d'inscrire BPM Exclusive au cœur des grandes capitales internationales, en développant des présences durables, bien au-delà de simples points de service. »

Cette notion de présence durable est particulièrement révélatrice. Dans l'automobile de luxe, la relation entre une marque et son client s'inscrit désormais dans le temps long. L'expérience ne s'arrête pas à la livraison du véhicule ; elle se prolonge pendant des années à travers chaque interaction, chaque rendez-vous, chaque moment de contact avec la marque.

C'est précisément ce que souligne Guido Giovannelli, directeur de BPM Exclusive : « Ce nouveau centre après-vente a été conçu comme un lieu d'exigence et de précision, où chaque véhicule bénéficie d'une attention absolue. Notre mission est d'inscrire l'expérience Rolls-Royce dans la durée, bien au-delà de la livraison, avec un niveau d'excellence constant. »

À travers cette ouverture, une tendance plus large se dessine dans l'univers automobile premium : le glissement progressif d'une logique de distribution vers une logique de service global. Les grandes marques de luxe ne vendent plus seulement des véhicules d'exception : elles orchestrent un écosystème complet de services, pensé pour accompagner des clients dont les modes de vie sont de plus en plus internationaux. Dans ce contexte, Paris s'impose naturellement comme un hub stratégique. Entre Londres, Genève, Monaco, Dubaï ou Milan, la capitale française reste un point d'ancrage majeur pour une clientèle fortunée en quête de discrétion, d'élégance et d'excellence. Avec cette nouvelle adresse parisienne, Rolls-Royce et BPM confirment ainsi une conviction forte : dans le très haut de gamme, le luxe ultime n'est peut-être plus uniquement l'objet en lui-même. C'est l'attention portée à chaque détail.

*BPM Exclusive distribue de nombreuses marques de prestige, dont Aston Martin, Ferrari,



BPM | ROLLS-ROYCE PARIS

REVUE DE PRESSE

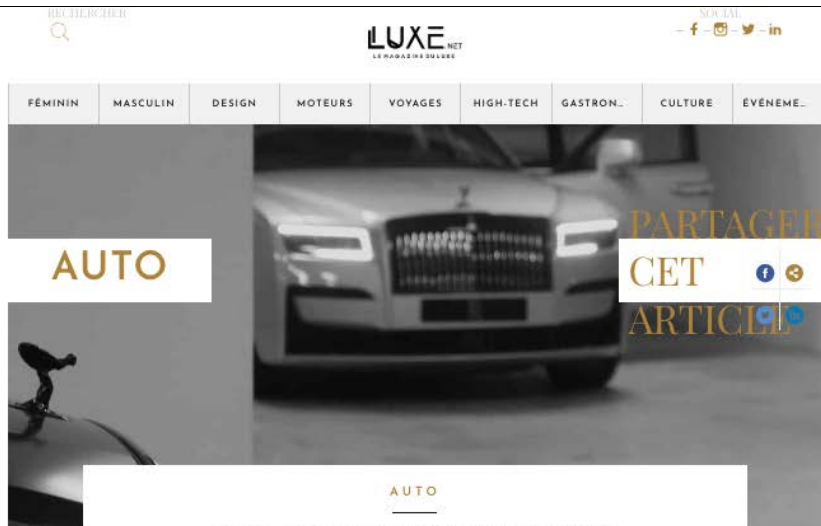


WEB



LUXE.NET
LE MAGAZINE DU LUXE

1,6M VUES/MOIS | 400K VISITEURS UNIQUES/MOIS



Rolls-Royce Motor Cars Ownership Services : 120 ans après, retour à Paris

Date : 29 juin 2026 | Auteur : Sarah Heitzmann

En décembre 1904, quelques semaines à peine après la création du nom qui deviendra le plus emblématique de son industrie, Rolls-Royce présentait ses premières automobiles à Paris. L'histoire entre la maison britannique et la capitale française est donc longue, intimement liée à cette conviction fondatrice que Paris, plus qu'une ville, est une certification. C'est dans ce contexte historique que Rolls-Royce Motor Cars annonce ce printemps 2026 son retour à Paris, non pas avec un showroom, mais avec quelque chose peut-être plus révélateur encore de la philosophie du concepteur : un centre après-vente d'exception, installé au 6 rue de la Cavalerie, dans un immeuble Art déco d'une rue calme et confidentielle, à l'exact opposé de la démonstration.



BPM | ROLLS-ROYCE PARIS

REVUE DE PRESSE



INSTAGRAM



CULTURE ELITE

290K ABONNÉS



culture_elite et rollsroycemonaco

Percy Faith & His Orchestra · Theme from "A S...



AUTOMOBILE

Rolls-Royce : notre essai de la Spectre, Ghost et Cullinan.



12



Aimé par caroline et d'autres personnes

culture_elite Rolls-Royce : notre essai de la... plus

1 juillet

BPM | ROLLS-ROYCE PARIS

REVUE DE PRESSE



BPM Exclusive



Contact Presse

Caroline Stefani

Agence Paradox Media

+33 6 60 11 16 37

caroline@paradox-media.fr



REVUE DE PRESSE
