

Communiqué de presse n°1894
6 janvier 2015

À l'occasion du Dakar 2015, MINI lance le « MINI Adventure Trip », premier rallye pour aventuriers en quête de sensations fortes.

Trois fois vainqueur consécutif du Dakar depuis 2012, MINI vise une nouvelle victoire en 2015. La marque britannique fun et décalée profite de ce nouveau challenge pour proposer, en marge de la course, une expérience inédite à quelques aventuriers en herbe : le « MINI Adventure Trip ».

Du 2 au 9 janvier 2015, 24 pilotes amateurs, passionnés d'aventure, prendront la route au volant d'un des modèles emblématiques de la marque : le MINI John Cooper Works Countryman. Pendant une semaine, ils participeront à un rallye « nouvelle génération » permettant de s'initier à la culture argentine - sans la pression de la compétition. Au travers d'une dizaine d'escalas dans le désert argentin, les pilotes partiront à la découverte de la culture du pays, rencontreront les populations locales et profiteront de paysages à couper le souffle.

Afin de profiter pleinement de cette aventure, chaque MINI Countryman sera équipé de la transmission intégrale ALL4, le 4 roues motrices by MINI, qui répartit automatiquement et en permanence la force motrice en fonction des besoins entre les roues avant et arrière, offrant ainsi un maximum de dynamisme et de sécurité.

Vincent Salimon, Directeur MINI France, se réjouit de cette nouvelle expérience : « L'ADN de MINI repose sur le fun, l'adrénaline mais aussi sur l'aventure. Le MINI Countryman a ce côté aventurier irrésistible que nous avons souhaité faire partager à l'occasion du Dakar 2015. Avec le MINI Adventure Trip, nous proposons une expérience inoubliable. Nous souhaitons faire découvrir, au cœur des paysages argentins, la philosophie MINI et réveiller le côté aventurier qui sommeille en chacun de nous ».

L'édition 2015 du Dakar, qui prend place cette année en Amérique du Sud, promet d'être l'une des plus exigeantes. Huit MINI ALL4 Racing ont pris place sur la ligne de départ. C'est au volant de sa MINI ALL4 Racing noir et vert que Joan « Nani » Roma défend son titre de vainqueur. Au départ de Buenos Aires le 4 janvier, le Dakar traverse le continent sud-américain, en passant par le Chili et la Bolivie pour ensuite revenir en Argentine. Plus de 9 000 kilomètres seront parcourus jusqu'au 17 janvier. Entre les sections dangereuses de gravier, les hauteurs des Andes ou encore la chaleur étouffante du désert d'Atacama, la pugnacité et l'endurance des pilotes et de leur monture vont être mises à rude épreuve.

"Avec son parcours très exigeant et les conditions de course très difficiles, le rallye du Dakar est le test ultime pour les pilotes, les équipes et les voitures", déclare Jochen Goller, Senior Vice Président MINI. "Nous sommes très heureux de participer au Dakar 2015 avec une équipe professionnelle expérimentée (...). Parmi les trois derniers Dakar, la MINI ALL4 Racing a été la quintessence de l'endurance, de la performance, de la fiabilité, de l'agilité et - last but not least - du succès."

Communiqué de presse

Date 6 janvier 2015

Objet

Page 2

Pour suivre au quotidien le MINI Adventure Trip et le Dakar 2015, rendez-vous sur les réseaux sociaux MINI :

Facebook/com/MINIFrance

Twitter @MINI_Officiel

#MINIAdventure

#Dakar2015

#GoBoundless

Et sur le site : www.MINIspace.com/motorsport

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :

BMW France

Olivier Wodetzki
Communication MINI
Tél : +33 (0)1 30 43 92 75
Email : olivier.wodetzki@bmw.fr

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél : +33 (0)1 30 43 94 34
E-mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Agence ELAN

Alexandra Petitjean
Tél : +33 (0)1 40 89 28 53
Email : MINIPR@agence-elan.com

Anne-Sophie Bourjac
Tél : +33 (0)1 40 89 23 60
E-mail : MINIPR@agence-elan.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 environ 5.000 salariés en France. En 2013, BMW Group France a immatriculé 65.841 automobiles des marques BMW et MINI et 10.317 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 en novembre 2013 la révolutionnaire BMW i3.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 28 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), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le leader mondial des constructeurs d'automobiles et de motos Premium. Le Groupe offre également un ensemble de services de financement et de mobilité Premium. BMW Group possède 30 sites de production implantés dans 14 pays différents et dispose d'un réseau de vente mondial présent dans plus de 140 pays.

Lors de l'exercice 2013, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total de 1,963 million d'automobiles et plus de 115 215 motos à l'échelle mondiale. Avec un chiffre d'affaires de 76,06 milliards d'euros, l'entreprise a réalisé un résultat avant



Communiqué de presse

Date 6 janvier 2015

Objet

Page 3

impôts de 7,91 milliards d'euros en 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés à travers le monde.

Depuis toujours, le succès de BMW Group s'est bâti 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>