



Communiqué de presse n°1915  
18 février 2015

## **MINI et Val Thorens renouvellent leur partenariat pour 3 ans.**

### **MINI et Val Thorens : les sensations fortes en héritage**

Fort du succès de leur partenariat au cours des trois dernières années, la marque automobile MINI et la station de ski Val Thorens renouvellent leur partenariat pour les trois années à venir (2015-2017) et réitèrent ainsi leur engagement autour du même ADN: innovation, fun, partage et sensations fortes.

MINI France est d'autant plus fier de s'associer à Val Thorens, élue pour la 2ème année consécutive, Meilleure Station du Monde et Meilleure Station de France.

La station vivra aux couleurs MINI avec la mise à disposition d'une flotte de MINI Countryman ALL4 pour le staff de la station, et d'un MINI John Cooper Works Countryman ALL4 pour la police municipale. Cette année, MINI et Val Thorens ont également mis en place un « Big Air Bag » sur la zone d'entraînement free style. Dernière petite touche décalée : la station ne serait pas complètement MINI, sans une MINI accrochée sur le mur extérieur du parking P0.

« Entre Val Thorens et MINI, au delà d'un simple partenariat, c'est une histoire commune qui s'est construite, inscrite autour de la recherche de sensations extrêmes, de la technologie, de l'innovation permanente mais aussi et surtout du plaisir ! » explique Vincent Salimon, Directeur de MINI France.

« Nous sommes ravis d'accueillir MINI pour la 4ème année consécutive et de reconduire ce partenariat qui nous est cher. Au delà du lien évident qui nous réunit, c'est la performance sur neige de la technologie ALL4, le 4 roues motrices par MINI, qui nous séduit année après année. » explique Grégory Guzzo, Directeur de l'Office de Tourisme de Val Thorens et de Val Thorens Réservation.

### **Une expérience à vivre au cœur de la station**

Par ailleurs, MINI France met en place une structure d'accueil éphémère, le « MINI Mountain Tour », où chacun aura la possibilité de vivre une expérience inédite de conduite avec un moniteur diplômé et de prendre gratuitement le volant des MINI Countryman et MINI Paceman équipés de la technologie ALL4, le 4 roues motrices par MINI. « Nous donnons ainsi l'opportunité aux nombreux aficionados de sensations fortes rassemblés dans la station de vivre une expérience unique ! » ajoute Vincent Salimon.

Du 14 au 27 février, c'est au cœur de la station, sur le front de neige de Val Thorens, que les vacanciers pourront retrouver la structure aux couleurs de la marque MINI.

Petit clin d'œil très MINI : la marque proposera à tous les skieurs de se retrouver autour d'un Happy Hour convivial, les 18 et 23 février de 18h à 20h devant le chalet, pour déguster un vin chaud au son du DJ.

## Communication et relations publiques

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 Gachet  
Tél : +33 (0)1 40 89 96 61  
Email : MINIPR@agence-elan.com

Anne-Sophie Bourjac  
Tél: +33 (0)1 40 89 23 60  
E-mail : MINIPR@agence-elan.com

### **Val Thorens**

Agence REVOLUTIONR – Paris  
Albane Heger  
Tél : +33 (0)1 47 10 08 35  
Email : aheger@revolutionr.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 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 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 électromobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

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 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 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 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 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2,118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,91 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 76,06 milliards d'euros pour l'exercice financier 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit 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



Communication et relations publiques



Rolls-Royce  
Motor Cars Limited

éologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

<http://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/>