



Comunicato stampa N. M035/11

San Donato Milanese, 17 novembre 2011

## **MINI al Salone Internazionale del Giocattolo di Milano**

### **MINI e Ghisalandia al G come Giocare, insieme per l'educazione civica stradale**

Anche quest'anno, dal 18 al 20 novembre, torna a Milano "G come Giocare", la fiera-evento dedicata al giocattolo per la gioia dei bambini. Questo appuntamento, giunto alla quarta edizione e forte del successo della scorsa stagione con più di 51.000 visitatori, si svolgerà presso il polo fieristico di FieraMilanoCity al padiglione 3.

La rassegna è organizzata da Assogiocattoli e dal Salone Internazionale del Giocattolo con il supporto di Fiera Milano. L'ingresso gratuito permetterà ai bambini, ai ragazzi e alle famiglie di vedere e, soprattutto, di provare in anteprima i giocattoli del prossimo Natale. Sarà una tre giorni da non perdere con 10.000 metri quadri di divertimento garantito. Quest'anno il Salone ha in serbo una novità: oltre ai giocattoli tradizionali, verrà dato ampio spazio anche ai giochi di società, a quelli da tavolo, ai games educativi nonché al modellismo.

Inoltre, sarà dedicata grande attenzione anche a progetti specifici come **"Mangiando s'impara"** (una cucina gigante dove cuochi e pasticceri insegnano ai più piccoli come mangiare sano e cucinare gustosi biscotti), **"Inventa il tuo giocattolo"** (promosso da Assogiocattoli e rivolto alle scuole materne, primarie e secondarie di primo grado), **"Nati sotto il segno dell'Expo"** (realizzato in collaborazione con Poli.Design e volto a stimolare la realizzazione di progetti di design innovativi applicati alla realizzazione di giochi con nuovi materiali) e **"MINI e Ghisalandia"**, l'iniziativa promossa da MINI in collaborazione con la Polizia Locale di Milano e dedicata all'educazione civica stradale.

Al Salone Internazionale del Giocattolo di Milano MINI sarà dunque presente con lo stand **"MINI e Ghisalandia"**, dove i bambini saranno invitati a guidare delle piccole MINI all'interno di un percorso studiato appositamente per avviarli, fin da piccoli, all'educazione civica stradale. Una mega pista con tanto di vigili veri e segnaletica che metterà alla prova i bambini: una prima occasione, inoltre, che consentirà ai più piccoli di provare il famoso go-kart feeling delle loro piccole MINI. All'interno dello stand, i piccini potranno anche acquistare i loro pelouche preferiti.

**MINI e Santa Claus.** In occasione della quarta edizione di "G come Giocare", MINI ha allestito anche uno stand dove un elfo raccoglierà le lettere scritte dai bambini e indirizzate a Babbo Natale. Tutti coloro che scriveranno a Babbo Natale riceveranno un simpatico giocattolo in omaggio: una MINI-calamita. Successivamente, MINI comunicherà ai bambini di aver consegnato le lettere, per conto loro, direttamente nelle mani di Santa Claus. Quest'anno, infatti, MINI ha deciso di fare una sorpresa proprio a Santa Claus, raggiungendolo nella sua residenza in Finlandia: cinque MINI partiranno presto alla volta di Rovaniemi.

Per ulteriori informazioni contattare:

Maria Conti

MINI Comunicazione e P.R.

Telefono: 02.51610.710 Fax: 02.51610.416

E-mail: [Maria.Conti@bmw.it](mailto:Maria.Conti@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

# **MINI**

## **Comunicazione e P.R.**

### **BMW Group**

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 25 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2010 volumi di vendita di 1,46 milioni di automobili e oltre 110.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2010 sono stati di 4,8 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 60,5 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2010 era di circa 95.500 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sette anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.