



Comunicato stampa

San Donato Milanese, 24 novembre 2011

MINI goes to Rovaniemi con Napapijri

MINI goes to Rovaniemi significa anche ecosostenibilità e rispetto per l'ambiente, ambito in cui MINI è, da sempre, in prima linea. Per affrontare al meglio i rigori dell'inverno e le gelide condizioni climatiche MINI verrà affiancata da un brand d'eccezione. Parliamo di Napapijri, marchio noto per la sua linea di abbigliamento impegnato da tempo a stimolare l'informazione sulla situazione dei poli e sulla sfida ambientale odierna e sostenendo la divulgazione scientifica grazie alla collaborazione con importanti organizzazioni di protezione ambientale non profit quali Global Green e Le Cercle Polaire.

BE part of a solution. Attraverso queste attività di sponsorizzazione, Napapijri cerca di sensibilizzare il pubblico rendendolo consapevole che ognuno di noi può fare qualcosa per contribuire a proteggere l'ambiente del nostro pianeta. Napapijri supporta da anni Sebastian Copeland, fotografo da sempre impegnato nella difesa dell'ambiente nelle sue spedizioni nel Grande Nord. Nel 2007 Copeland ha esplorato l'Antartide con lo scopo di promuovere la protezione del fragile e minacciato ecosistema del Polo Sud.

L'impegno del brand continua con la collaborazione con Le Cercle Polaire, ONG, nata nel 2008 con l'intento di promuovere e sostenere l'opinione pubblica sulla bellezza e la fragilità delle regioni polari, l'Artico e l'Antartico duramente colpite dal riscaldamento climatico e progressivamente raggiunte dalla globalizzazione. Nel marzo 2010 è stato presentato in esclusiva al **Napapijri Gallery Store** il libro **"The Call of the Poles – 100 personaggi a livello internazionale si dedicano alla salvaguardia delle regioni polari"**, edito da Le Cercle Polaire e supportato da Napapijri che ha ospitato nel suo store una mostra con 20 immagini tratte dal libro e lanciata attraverso l'ex primo ministro francese Michel Rocard, portavoce di Le Cercle Polaire, presente all'evento. Un altro progetto in cui ha creduto il marchio è stato il libro fotografico **"Commitment – when the world must come together as one"** edito da **Memoria**, presentato in esclusiva nel 2009 al **Napapijri Gallery Store** insieme ad una mostra di 25 fotografie emblematiche.

Recentemente invece il brand ha scelto di presentare, all'interno del suo nuovo store di 300 mq a Firenze, il cd **"Parole Note"**, progetto discografico di Universal Music e della Fondazione Umberto Veronesi, invitando stampa e clienti ad una **"colazione poetica"**. Il brand ha sposato il progetto che vede la partecipazione di importanti attori italiani e ha scelto di supportarlo a livello mediatico e con l'acquisto di copie il cui ricavato è stato devoluto alla Fondazione Veronesi. Durante la colazione Gian Marco Tognazzi ha dato voce a monologhi e poesie contenute nel cd.

MINI

Comunicazione e P.R.

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

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

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.