



Comunicato stampa N. M080/12

San Donato Milanese, 26 novembre 2012

MINI goes to Santa Claus
Seconda tappa – Monaco – Norimberga – Hannover
(700 km)

Dopo aver percorso i primi 600 km, la Famiglia MINI è arrivata a Monaco. Una tappa d'obbligo davanti all'headquarter del BMW Group e al BMW Welt.

Il Capo Elfo Raffaele, detto Lele, ha preso la guida della MINI Family. Dopo la sosta a Monaco, il viaggio verso Rovaniemi è ripartito alla volta di Norimberga. Centro economico e culturale della Franconia, Norimberga è la seconda città della Baviera con oltre mezzo milione di abitanti e sede dell'annuale Fiera del giocattolo, la più grande del settore a livello mondiale. Un'occasione ghiotta per completare la raccolta dei desideri di bambini e adulti da portare a Rovaniemi nel tentativo di assemblare la più lunga lista di desideri mai consegnata nella storia a Santa Claus.

In serata, dopo aver percorso circa 700 km, la Famiglia MINI è giunta ad Hannover, la città tedesca celebre per aver ospitato l'Expo 2000.

Dopo una notte di meritato riposo, oggi la Famiglia MINI partirà alla volta di Copenaghen. Appuntamento a domani per la prossima puntata del diario di viaggio.

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)

MINI

Comunicazione e P.R.

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles 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 29 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 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 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 otto anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability.

Index.www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>