BMW  
Corporate Communications

Informacja prasowa  
Październik 2014

**BMW Motorrad prezentuje modele specjalne C 600 Sport i C 650 GT. Maxi-skutery w ekskluzywnym wydaniu.**

Na salonie Intermot 2014 BMW Motorrad zaprezentowało dwa swoje maxi-skutery w wersjach specjalnych – C 600 Sport i C 650 GT.

W specjalnej wersji C 600 Sport podkreślono sportowy i dynamiczny charakter skutera – lakierowany jest na matowy metalic Racing Blue i lśniący metalic Sapphire Black, wyposażony jest w sportowe siodło i tłumik Akrapovic.

Natomiast specjalna wersja C 650 GT podkreśla swój charakter eleganckiego tourera przez specjalne lakierowanie metaliczne Ebony/Monolith, zaś do wyposażenia tego wariantu weszły Pakiet Highline (światła dzienne LED, podgrzewanie siodła kierowcy i pasażera, podgrzewane gripy i system monitorowania ciśnienia w oponach RDC).

Te dwa maxi-skutery od wiosny 2015 zastąpią poprzednie modele w edycjach specjalnych.

**W przypadku pytań prosimy o kontakt z:**

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager

Tel.: +48 728 873 932, e-mail: [katarzyna.gospodarek@bmw.pl](mailto:katarzyna.gospodarek@bmw.pl)

**BMW Group**

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI i Rolls-Royce, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Ten międzynarodowy koncern obejmuje 29 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz międzynarodową sieć dystrybutorów z przedstawicielstwami w ponad 140 krajach.

W roku 2013 firma BMW Group sprzedała około 1963 mln samochodów oraz 115 215 motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem za rok finansowy 2013 wyniósł 7,91 mld euro, a obroty wyniosły 76,06 mld euro. Na dzień 31 grudnia 2013 r. globalne zatrudnienie w przedsiębiorstwie wynosiło 110 351 pracowników.

Sukces BMW Group od samego początku wynika z myślenia długofalowego oraz podejmowania odpowiedzialnych działań. Dlatego też przedsiębiorstwo stworzyło politykę równowagi ekologicznej i społecznej w całym łańcuchu dostaw, pełnej odpowiedzialności za produkt i jasnych zobowiązań do oszczędzania zasobów, która to stanowi integralną część jego strategii rozwoju.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com/)

Facebook: [http://www.facebook.com/BMW.Polska](http://www.facebook.com/BMWGroup)

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

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

Google+: [http://googleplus.bmwgroup.com](http://googleplus.bmwgroup.com/)