BMW  
Corporate Communications

Informacja prasowa  
Styczeń 2015

**Nowy salon BMW Motorrad concept store.**

W południowoafrykańskiej metropolii u zbiegu trzech oceanów – Atlantyku, Antarktycznego i Indyjskiego – w Kapsztadzie otwarto w ramach programu Future Retail nowy salon BMW Motorrad concept store.

Punkty tego typu oferują entuzjastom motocykli kompletną paletę premium lifestyle oraz detaliczną. W kosztującym 3 mln euro salonie w Kapsztadzie, punkcie należącym do Donford Motorrad Cape Town, na klientów czekają lifestyle centre, coffee shop, luksusowy sklep z odzieżą, salon sprzedaży motocykli i warsztat wyspecjalizowany w naprawach oraz indywidualizacji motocykli.

Punkt w Kapsztadzie jest forpocztą sieci tego typu obiektów BMW Motorrad na całym świecie. Stanowi on podkreślenie rozwoju BMW Motorrad i rozrastającego się udziału w rynku – BMW Motorrad utrzymało swą silną pozycję w segmencie premium, notując najlepszą sprzedaż 3. kwartału i 10 miesięcy roku w swej historii. Na koniec października 2014 r. zanotowano sprzedaż w skali świata 109 052 sztuk – o 7,4% wyższą niż rok wcześniej.

**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 13 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/)