BMW
Corporate Communications

Informacja prasowa
Czerwiec 2015

**BMW Concept Path 22 na Wheels&Waves Festival.**

W dniach 11-14 czerwca odbyła się już 4 impreza, na której można było podziwiać motocykle, deski surfingowe i inne dzieła oglądane z nieco innego punktu widzenia. Wydarzenie miało miejsce w Biarritz i zebrało ludzi, którzy wyrażają siebie i swój styl życia również poprzez indywidualizację przedmiotów i obiektów ich hobby. Tym samym BMW Motorrad nie mogło znaleźć lepszej grupy odbiorców na zaprezentowanie swojego nowego konceptu crossowego – Path 22.

Pierwsze motocykle off-roadowe, pojawiające się w latach 50. ubiegłego wieku, charakteryzowały się oponami z głębokim bieżnikiem, co poszerzało możliwości w przemierzaniu przestrzeni niekoniecznie oczywistych do eksploracji dla jakichkolwiek pojazdów. Stały się jednocześnie symbolem wolności i łamania ustalonych zasad, patrzenia poza horyzont. Przy takim podejściu do sprawy, w tych maszynach kluczową sprawą nie są ich parametry, lecz wygląd i wrażenie, jakie wywołują u odbiorcy. Jednoślad ma być przedłużeniem i ekspresją osobowości jego jeźdźca.

Dzięki współpracy BMW Motorrad i Masona Dyera, artysty Ornamental Conifer i Dyer Brand, powstał BMW Concept Path 22. Wg twórców, łączy w sobie wszystko, co cechuje festiwal Wheels&Waves. Sercem maszyny jest dwucylindrowy silnik typu boxer z wałem napędowym, a jednostronne ramię wahacza umożliwia obserwację ruchu pięciu szprych tylnego koła. Obie te cechy są typowe dla BMW. Klasycznie okrągła lampa przednia, zbiornik paliwa i krótkie siedzisko tworzą idealne proporcje. Dodając do tego charakterystyczne cechy dla off-roadów, jak głębokobieżnikowe opony, duże przednie koło i zwiększone spalanie, umożliwiające przemierzanie piachu czy błota, otrzymujemy zapierającą dech w piersiach maszynę, wykonaną głównie z aluminium i skóry. Nikogo nie powinno dziwić, że z myślą o niej wypuszczono specjalną kolekcję ubrań motocyklowych. Sama nazwa konceptu nawiązuje do środowiskowego określenia wśród surferów, oznaczającego plażę, na którą nie ma możliwości dostać się żaden samochód. Znajduje się u wybrzeża Atlantyku na południu Francji.

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

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager

Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

**BMW Group**

BMW Group, w której portfolio znajdują się marki BMW, MINI oraz Rolls-Royce, jest światowym liderem wśród producentów samochodów i motocykli segmentu premium. Oferuje również usługi finansowe, a także z zakresu mobilności. Firma posiada 30 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 państwach oraz ogólnoświatową sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2014 roku BMW Group sprzedała na całym świecie ok. 2,118 mln samochodów oraz 123 000 motocykli. W 2014 r. jej zysk przed opodatkowaniem wyniósł 8,71 mld euro przy dochodach 80,40 mld euro (dane za rok finansowy). Na dzień 31 grudnia 2014 r. globalne zatrudnienie sięgało 116 324 pracowników.

Źródłem sukcesu BMW Group jest długofalowe planowanie oraz działanie w sposób odpowiedzialny. Ważną częścią strategii firmy jest zrównoważony rozwój w aspekcie społecznym i ochrony środowiska w całym łańcuchu dostaw, pełna odpowiedzialność za produkt oraz  zobowiązania na rzecz oszczędzania zasobów. Polityka ta stanowi integralną część strategii rozwoju przedsiębiorstwa.

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

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

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>