**BMW Group Polska dla Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.**

**Rękawice rajdowe z autografem ambasadora marki MINI Adama Małysza czy niezapomniany wieczór z BMW serii 7 w Teatrze Wielkim Operze Narodowej to tylko dwie z atrakcji przeznaczonych na tegoroczną aukcję WOŚP. Licytacja potrwa do końca lutego, a już 10 stycznia podczas finału WOŚP w wybranych miastach w Polsce wolontariusze Pokojowego Patrolu wspólnie z BMW Group Polska będą edukować w zakresie udzielania pierwszej pomocy.**

**Warszawa.** BMW Group Polska już od czterech lat angażuje się w działania Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. W tegorocznej edycji, obok atrakcji przeznaczonych na licytację, w ramach finału WOŚP w specjalnie przygotowanych strefach w Warszawie, Krakowie i Gdańsku każdy zainteresowany będzie mógł dowiedzieć się, jak zachować się na miejscu wypadku i jak właściwie udzielać pierwszej pomocy.

Wspólne warsztaty BMW Group Polska i WOŚP to efekt współpracy prowadzonej już od 2012 roku. Jej celem jest ograniczanie obaw przed udzielaniem pierwszej pomocy, przełamanie lęku przed wykonywaniem resuscytacji krążeniowo-oddechowej (wdechy ratownicze i uciśnięcia klatki piersiowej) i pokazanie, że są to bardzo proste czynności, które mogą uratować ludzkie życie. Do tej pory w ramach współpracy instruktorzy Pokojowego Patrolu przeszkolili już ponad 1500 osób.

Dodatkowo podczas finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy na miejscu wydarzenia   
w Warszawie będzie obecny samochód ratowniczy instruktorów Pokojowego Patrolu – BMW serii 2 Active Tourer. Auto wyposażone jest w urządzenia niezbędne do udzielania pierwszej pomocy. Samochód wykorzystywany jest podczas szkoleń prowadzonych przez Patrol, a także na imprezach masowych, na których ratownicy i wolontariusze Pokojowego Patrolu wspierają służby medyczne.

BMW Group wspiera organizacje pozarządowe i projekty o charakterze charytatywnym   
i edukacyjnym na całym świecie. Sukces BMW Group od zawsze oparty był na długofalowej strategii i odpowiedzialnym działaniu. Rozsądna polityka ekologiczna i społeczna, odpowiedzialność za produkt oraz zaangażowanie w ochronę zasobów naturalnych to integralna część strategii korporacyjnej firmy.

**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 2013 r. jej zysk przed opodatkowaniem wyniósł 7,91 mld euro przy dochodach 76,06 mld euro (dane za rok finansowy). Na dzień 31 grudnia 2013 r. globalne zatrudnienie sięgało 110 351 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>