

BMW Group Portugal Corporate Communications



Informação à Imprensa
22 de janeiro de 2017

Ricardo Ramos foi o vencedor do concurso de fotografia no Instagram #BMWNaturePhoto

Ricardo Ramos [@rmmramos](#) foi o vencedor do concurso de fotografia no Instagram #BMWNaturePhoto que decorreu de 6 de novembro a 31 de dezembro de 2017.

O concurso #BMWNaturePhoto, a mais recente vertente digital do Concurso de Fotografia Quercus | BMW i, foi criado no final de 2017 e contou com mais de 1400 participações na rede social Instagram.

Paralelamente à vertente digital, o Concurso de Fotografia Quercus | BMW i, decorreu de 17 de agosto a 31 de dezembro de 2017 e contou com três categorias de fotografia a concurso: Agricultura, Macrofotografia e Aves. No final de fevereiro serão conhecidos os vencedores destas categorias, do que é já um dos mais importantes concursos de fotografia de natureza a nível nacional destinado a fotógrafos profissionais e amadores residentes em Portugal.

Através deste concurso, a BMW i e a Quercus têm como objetivo promover e divulgar a fotografia de natureza como forma de sensibilizar os cidadãos para as questões do ambiente, da conservação da natureza e da biodiversidade.

Consulte mais informações em www.concursonacionalfotografiaquercus-bmwi.pt

Sobre o BMW Group

Com as suas marcas BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad o BMW Group é o construtor premium de automóveis e motos mais bem-sucedido do mundo, oferecendo também serviços financeiros e de mobilidade. Em termos globais, o BMW Group detém 31 fábricas em 14 países e uma rede global de vendas em mais de 140 países.

Em 2017, o BMW Group atingiu um volume global de vendas de aproximadamente 2.463.500 milhões de automóveis e mais de 164.000 motocicletas. O resultado em 2016, antes de impostos, foi de 9.67 mil milhões de euros, num total de 94.16 mil milhões de euros de volume de negócios. Em 31 de Dezembro de 2016, a empresa empregava um total de, aproximadamente, 124.729 colaboradores.

O sucesso do BMW Group tem sido, desde sempre, construído numa ótica de longo prazo e assente numa conduta responsável. Desta forma, a Companhia estabeleceu a sustentabilidade ecológica e social em toda a cadeia de valores, bem como uma ampla responsabilidade de produto e um evidente empenho na conservação de recursos, como parte integrante da sua estratégia.

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>