

Sporočilo za medije

1. junij 2013

Lonely Planet in MINI sta združila moči za začetek epske avanture ob 40. jubileju.

Turistično-potovalna založba Lonely Planet pošilja dva pisca potopisov revije Lonely Planet Traveller na potovanje od Londona do Istanbula v MINI Cooper D Clubman – obeležje legendarnega potovanja od Londona do Sydneyja v klasičnem modelu Minivan.

München/London. Da bi obeležil 40. rojstni dan, je Lonely Planet poslal dva potopisca revije Lonely Planet Traveller v modelu MINI Cooper D Clubman od Londona do Istanbula na prvo etapo epske, 16.000 kilometrov dolge poti po Evropi, Aziji in Avstraliji.

Potovanje slavi legendarno pot od Londona do Sydneyja, ki sta jo prav tako v klasičnem modelu Minivan opravila soustanovitelja založbe Lonely Planet, Tony in Maureen Wheeler ter spisala prvi vodič »Across Asia on the Cheap«, izdan leta 1973. Uspeh vodiča je pomenil začetek znamenite turistično-potovalne založbe Lonely Planet.

Zakonca Wheeler sta odštela le 60 funtov za deset let star model Morris Mini Traveller, s katerim sta leta 1972 prevozila pot od Londona do Kabula. Avtomobil je dosegel največjo hitrost dobrih 112 km/h, v različici z lesenimi elementi zunanosti pa bi nov model stal 552 funtov. MINI Cooper D Clubman letnik 2013, s katerim se ekipa Lonely Planet odpravlja na pot od Londona do Istanbula, doseže največjo hitrost 180 km/h, 1,6-litrski motor pa proizvede 112 KM in beleži vrednosti povprečne porabe goriva 3,27 l/100 km.

V zadnjih 40. letih se je potovanje drastično spremenilo, to pa se odraža tudi v 21. stoletju, saj želita potopisca dokazati, da so pristna in sanjska doživetja bolj dostopna kot kdajkoli prej. Potovanje bo mogoče spremljati preko družbenih omrežij, blogov, interaktivnih zemljevidov, fotografij, video posnetkov in prispevkov v reviji. Inovativni pristop bo vključeval komuniciranje

Sporočilo za medije
Datum 1.junij 2013
Zadeva Lonely Planet in MINI sta združila moči za začetek epske avanture ob 40. jubileju.
Stran 2

potopiscev z obsežno mrežo potovalnih strokovnjakov in internetne skupnosti, ki bodo sproti podajali predloge za nova in domiselna doživetja.

Urednik revije Lonely Planet Traveller, Peter Grunert, je dejal: »Za Lonely Planet je to izjemno zanimiv projekt, saj tudi po 40 letih še vedno iščemo najbolj izvirna doživetja na cestah po vsem svetu. Svet se je z odpravo meja, boljših prometnih povezav in razpoložljivostjo novih tehnologij v zadnjih 40 letih neizmerno spremenil. S podobnim modelom MINI in itinerarjem oživljamo pionirski duh prve pustolovščine, na katero sta se podala Tony in Maureen, a tokrat s pridihom 21. stoletja, da bi prikazali današnji svet potovanj.«

Soustanovitelj Tony Wheeler je dejal: »Res sem navdušen in zanima me, kako se bo potovanje odvijalo, saj se je svet precej spremenil od leta 1972 s pojavom novih ciljev, kot je na primer Mjanmar, spet drugi, kot na primer Afganistan, pa niso več dostopni turistom. To je odličen način obeleženja prvega potovanja z uporabo novih tehnologij in načinov potovanja 21. stoletja. Zame so potovanja srž koncepta Lonely Planet, zato je krasno, da je po 40 letih založba še vedno željna raziskovanja.«

Potovanje lahko spremljate na: www.lonelyplanet.com/across-the-planet, na Twitter @LP40trip in v prihodnih številkah revije Lonely Planet Traveller.

Predstavniki medijev se za dodatne informacije lahko obrnejo na:

Gordana Kisilak, korporativno komuniciranje BMW Group Slovenija

E-mail: gordana.kisilak@partner.bmwgroup.com

Telefon: 01/ 586 73 74;



Sporočilo za medije

Datum 1.junij 2013

Zadeva Lonely Planet in MINI sta združila moči za začetek epske avanture ob 40. jubileju.

Stran 3

BMW Group

BMW Group je vodilni proizvajalec avtomobilov in motornih koles v premium segmentu na svetu s svojimi blagovnimi znamkami BMW, MINI in Rolls-Royce. BMW Group kot globalno podjetje upravlja 28 proizvodnih in montažnih obratov v 13 državah in ima globalno prodajno mrežo razpredeno po več kot 140 državah.

BMW Group je v 2012 po celem svetu prodal okoli 1,85 milijona avtomobilov in več kot 117.000 motornih koles. Dobiček pred obdavčitvijo za finančno leto 2011 je znašal 7,38 milijarde evrov ob dohodkih 68,82 milijarde evrov. 31. decembra 2011 je BMW Group zaposloval približno 100.000 ljudi.

Uspeh BMW Group se je vedno gradil na dolgoročni viziji in odgovornem delu. Podjetje je tako ustvarilo ekološki in socialni trajnostni razvoj preko niza vrednot, celostne proizvodne odgovornosti in jasne predanosti k ohranjanju virov kot integralnega elementa svoje strategije. Rezultati dela so že osmo leto zapored BMW Group pripeljali na vrh najpomembnejšega borznega indeksa za trajnostno usmerjena podjetja Dow Jones Sustainability Index.

Spletna stran BMW Group Slovenija za medije:

<http://www.press.bmwgroup.com/si.html>

Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.Slovenija>