



Medien-Information  
16. Juni 2015

### **MINI loves Pitti.**

### **Exklusiv: Die MINI Gentleman's Collection auf der 88. Pitti Uomo in Florenz.**

**München/Florenz.** MINI zu fahren ist ein Statement. MINI zu tragen jetzt auch. Anlässlich der 88. Pitti Uomo hat sich MINI mit sechs jungen italienischen Talenten und den Köpfen der Herrenmodemesse Pitti Uomo zusammengetan, um die erste MINI Capsule Collection zu designen. Entstanden sind sechs hochwertige Accessoires, die italienische Handwerkskunst mit kreativen und innovativen Details verbinden, inspiriert vom neuen MINI Clubman.

### **Tradition trifft auf Moderne.**

Sie sind jung, lieben das Unkonventionelle und beherrschen ihre Kunst: In symbiotischer Zusammenarbeit haben die Kreativen der Marken SuperDuper, TYG Spectacles, Alberto Premi und Pijama; die Parfümeurin Paola Bottai und das Team von Proraso mit dem Illustrator Pietro Nicolaucich gemeinsam mit MINI die „MINI Gentleman's Collection inspired by MINI Clubman“ entworfen und gestaltet. Das Ergebnis sind coole Fashion-Klassiker, die auf eine moderne Formensprache treffen. Inspiriert wurden die Designer von der pulsierenden Modeszene Italiens, der traditionellen Herrenschneider- und Handwerkskunst, die sie alle gleichermaßen beherrschen, und dem neuen MINI Clubman, der 2015 Weltpremiere haben wird. Die sechs Accessoires für den Gentleman umfassen einen Hut, eine Sonnenbrille, ein Paar Schuhe, eine Tasche, einen Duft sowie ein Shaving Kit.

### **SuperDuper: der Hut des Gentleman.**

Seine runde Form ist klassisch, seine Materialien edel: Der Gentleman's Hut ist ein kreatives Juwel. Gefertigt wurde er in traditioneller Handarbeit aus hochwertigem Filz. Sein Innenband ist inspiriert vom Leder der hochwertigen Sitzbezüge, die im MINI Clubman zum Einsatz kommen. Die farbige Doppelnäht folgt einem weiteren charakteristischen MINI Element.

Medien-Information  
Datum 16. Juni 2015  
Thema MINI loves Pitti.  
Seite 2

Das Label SuperDuper ist bekannt dafür, traditionelle Hutmacherkunst mit moderner Formensprache und besonderen Details zu verbinden. Gegründet wurde es 2011 in Florenz von Ilaria Cornacchini, Veronica Cornacchini und Matteo Gioli.

### **TYG Spectacles: die Sonnenbrille des Gentleman**

Unverzichtbar für den Gentleman: die Sonnenbrille. Sie erhält durch eine Kombination aus hochwertigem Acetat und gebürstetem Metall einen individuellen, elegant-sportlichen Touch. Die elliptische Form und das reduzierte Design spiegeln Designelemente des neuen MINI Clubman wider.

Das Kürzel „TYG“ bedeutet „Three young Gentlemen“. Damit sind die drei Gründer des italienischen Eyewear-Labels gemeint, die alle einen ganz eigenen Stil, aber dieselbe Vision haben: Premium-Sonnenbrillen zu kreieren, die Zeitlosigkeit und Zeitgeist vereinen. Verarbeitet werden ausschließlich handgefertigte Materialien der traditionsreichen Firma Mazzucchelli Varese sowie hochwertige Linsen von Carl Zeiss Vision.

### **Alberto Premi: die Schuhe des Gentleman.**

Die Schuhe der MINI Gentleman's Collection sind urban und gleichzeitig elegant. Sie bestehen aus einer Kombination aus feinstem handgeschnittenen Oberleder und einer modernen, ultraleichten Mikrosohle.

Schuhe zu designen liegt bei Alberto Premi in den Genen: Sein Vater ist bereits seit über 30 Jahren Schuhdesigner. Mit seinem Hintergrundwissen über das Schusterhandwerk setzt Premi – wie auch MINI – auf innovative Materialien, unkonventionelle Farbkombinationen und besondere Details. Mit Erfolg: Auf der 87. Pitti Uomo im Januar 2015 kürten MINI und Pitti ihn zum talentiertesten Jungdesigner.

### **Pijama: die Tasche des Gentleman.**

Am besten lässt sich die Tasche der MINI Gentleman's Collection mit den Worten „stylistische Flexibilität“ beschreiben. Sie kann als Rucksack, Aktentasche oder Shoulderbag getragen werden. Das clevere Innen-

Medien-Information  
Datum 16. Juni 2015  
Thema MINI loves Pitti.  
Seite 3

taschensystem bietet, wie auch der neue MINI Clubman, maximalen Stauraum. Egal ob Notebook, Smartphone oder Sonnenbrille – alles bekommt hier seinen eigenen Platz. Und der ist gut geschützt – durch die Verwendung von Neopren als Trägermaterial des modischen Oberstoffs.

Gegründet wurde das Label Pijama im Jahr 2006 von der Modedesignerin Monica Battistella und dem Architekten Sergio Gobbi. Ihr Markenzeichen: Neopren – kombiniert mit den unterschiedlichsten Textilien.

#### **Paola Bottai: der Duft des Gentleman.**

„Kultiviert, kosmopolitisch und auch ein bisschen geheimnisvoll“, so beschreibt Parfümeurin Paola Bottai den Duft der MINI Gentleman's Collection. Er enthält hölzerne Noten, aber auch Gewürze, die an ferne Länder erinnern. Denn der MINI Gentleman, so Bottai weiter, „lässt Details für sich sprechen.“

Gerüche faszinieren die auf Herrendüfte spezialisierte Parfümeurin Paola Bottai schon seit jeher. Ihr Handwerk gelernt hat die Italienerin in der Hauptstadt der Parfümeure: im Institute of Perfumery in Grasse, Südfrankreich. Seitdem kreiert sie für die unterschiedlichsten Produkte charakterstarke Odeure – vom klassischen Parfüm bis zum Bart-Conditioner.

#### **Proraso: das Shaving Kit des Gentleman.**

Die Rasur mit einem Rasiermesser ist die älteste und wohl auch die anspruchsvollste Methode. Der Gentleman beherrscht diese Kunst. Besonders stilsicher wird die Bartpflege mit dem Shaving Kit der MINI Gentleman's Collection, bestehend aus einem klassischen Rasierpinsel, Pre Shaving Cream, Shaving Cream und After Shave Balsam im Vintage-Barber-Look. Die Verpackung des Sets wurde vom italienischen Illustrator Pietro Nicolaucich gestaltet.

Die Produkte der Marke Proraso aus Florenz sind Klassiker der Nassrasur. Seit über siebzig Jahren hütet das italienische Unternehmen

Medien-Information  
Datum 16. Juni 2015  
Thema MINI loves Pitti.  
Seite 4

seine auf Eukalyptusöl basierende Qualitätsformel wie einen Schatz. Proraso-Produkte gelten als Garant für eine sanfte und gründliche Rasur.

Bei seinen Werken arbeitet Pietro Nicolaucich vorwiegend mit Zeichenstiften und Wasserfarben; zu seinen Kunden gehören unter anderem Moschino, Sisley, Benetton, Etnies und Nike. Seine charakteristischen, anthropomorphen Tierillustrationen tragen auf der von ihm gestalteten Verpackung des Proraso x MINI Shaving Kit Gentleman-typische Details wie Pfeifen oder Schnurrbärte.

### **MINI und Pitti Immagine.**

Die Pitti Immagine ist eine jährliche Fachmesse in Italien mit dem Schwerpunkt Mode. Die Pitti Uomo, eine reine Herrenmodemesse, findet seit 1972 zweimal jährlich in Florenz statt. Gefördert werden junge, aufstrebende und bisweilen unkonventionelle Modelabels. Seit Januar 2015 besteht die Zusammenarbeit zwischen MINI und Pitti Immagine, die verschiedene Projekte umfasst. Unter anderem kürten MINI und Pitti auf der 87. Pitti Uomo gemeinsam den Jungdesigner Alberto Premi als größtes Talent, der daraufhin im April 2015 seine innovative Schuhkollektion in einer Special MINI Edition auf dem Salone del Mobile 2015 präsentierte.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Michael Ebner**  
**BMW Group**  
Konzernkommunikation und Politik  
Leiter Kommunikation Österreich

**BMW Austria GmbH**  
Siegfried-Marcus-Strasse 24  
5020 Salzburg  
Tel. +43 662 8383 9100

**BMW Motoren GmbH**  
Hinterbergerstrasse 2  
4400 Steyr

## **Medien-Information**

Datum **16. Juni 2015**

Thema **MINI loves Pitti.**

Seite **5**

Tel. +43 7252 888 2345  
mail: [michael.ebner@bmwgroup.at](mailto:michael.ebner@bmwgroup.at)

### **Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

[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>