

MINI



CORPORATE COMMUNICATIONS

Communiqué de presse
22 avril 2021

Avec la MINI Electric mosaert Edition, la mode prend la route et l'automobile s'empare du catwalk.

Fusionner deux univers que tout semble opposer – la mode et l'automobile –, c'est le pari unique lancé par MINI Belux et le label créatif belge mosaert. Après plusieurs semaines de teasing, MINI Belux et mosaert dévoilent leur projet : la MINI Electric mosaert Edition. Une édition limitée disponible dès ce 22 avril.

En jeu, le souhait de prendre un tournant encore plus durable pour le constructeur automobile et l'occasion, pour le label mosaert, de sortir de piste. Afin de marquer les esprits, plusieurs voies ont été explorées par les partenaires. En fin de compte, c'est la personnalisation d'une MINI Electric qui fut retenue. « Quand MINI nous a contactés pour co-crée une voiture, c'était inattendu, mais enthousiasmant, explique Coralie Barbier, styliste du collectif. C'est une marque iconique avec un héritage riche, et le lancement d'un modèle électrique collait avec notre démarche écoresponsable ».

La durabilité comme valeur commune

Sur le marché de l'automobile, MINI se positionne comme une marque durable depuis ses débuts : conçue en pleine crise pétrolière (1959), elle propose des voitures familiales qui réduisent l'utilisation de matériaux et de ressources. La MINI est la preuve que l'on peut faire « plus avec moins » et la commercialisation du premier véhicule 100% électrique de la marque en mars 2020 s'inscrit dans cette démarche écoresponsable. « Ceux qui connaissent mosaert savent qu'il attache une grande importance à une empreinte minimale ainsi qu'à l'élégance - des qualités qui caractérisent également la marque MINI. Dès le début, les deux parties étaient sur la même longueur d'onde », précise Joachim Sas, Sales Manager de MINI Belux.

Prêt-à-conduire

Le design de MINI est élégant et intemporel, mais il se caractérise aussi par sa simplicité : une teinte monochrome pour la carrosserie et des variantes pour le toit. Des caractéristiques dont s'est inspiré le label mosaert. « Une édition en volume limité est une opportunité unique pour MINI. La touche mosaert a un impact très fort et renforce parfaitement le design de notre modèle MINI Electric, c'est la finition la plus exclusive de la gamme » explique Alexandre Cuvelier, Product Manager de MINI Belux.

CORPORATE COMMUNICATIONS

C'est finalement le modèle MINI vert au toit blanc cassé des années 60, la British Racing Green qui a retenu l'attention de mosaert. Le tartan s'est alors naturellement imposé comme motif principal de la création. Ce motif se décline selon une palette de couleurs classiques : le vert British Racing Green et le jaune Energetic Yellow du logo de MINI. « On ne voulait pas d'une voiture kitsch, hyper chargée, difficile à assumer au quotidien », précise Luc Van Haver. Ce côté prêt-à-porter était aussi une volonté de la part de MINI.

Ce n'est pas tout. Une capsule de prêt-à-porter accompagne le lancement de la MINI Electric mosaert Edition. Dans la lignée des précédentes collections du label, les pièces sont unisexes, fabriquées en Europe, à partir de matières 100 % recyclées et/ou biologiques et disponibles en quantité limitée. Côté graphique, nous retrouvons le motif tartan assorti aux lignes de la MINI mosaert. Nous retrouvons également des clins d'œil aux deux équipes : un imprimé inspiré de la Toile de Jouy, le nuage - emblème du collectif mosaert - et des couleurs douces.

Véritable ode à la création, la MINI Electric mosaert Edition sera disponible en 400 exemplaires dès le 22 avril en Belgique, au Grand-duché du Luxembourg, en France, en Suisse, au Lichtenstein ainsi qu'à Monaco. La capsule de prêt-à-porter se compose de 18 pièces unisexes, à retrouver sur l'e-shop mosaert : store.mosaert.com

La nouvelle MINI Electric mosaert Edition à découvrir ici : <https://www.youtube.com/watch?v=TJJoRzatIXM>

Pour plus d'informations : mini.be/mosaert

À propos du groupe BMW

Avec ses quatre marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, le groupe BMW est le premier constructeur mondial d'automobiles et de motos haut de gamme et fournit également des services financiers et de mobilité de premier ordre. Le réseau de production du groupe BMW comprend 31 sites de production et d'assemblage dans 15 pays ; la société dispose d'un réseau de vente mondial dans plus de 140 pays.

En 2020, le groupe BMW a vendu plus de 2,3 millions de véhicules de tourisme et plus de 169 000 motos dans le monde entier. Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2019 s'est élevé à 7,118 milliards d'euros pour des recettes s'élevant à 104,210 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, le groupe BMW employait 126 016 personnes.

MINI



CORPORATE COMMUNICATIONS

Le succès du groupe BMW a toujours été fondé sur une réflexion à long terme et une action responsable. L'entreprise a donc fait de la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, de la responsabilité globale des produits et d'un engagement clair en faveur de la conservation des ressources une partie intégrante de sa stratégie.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup>

Contact presse :

BMW Group Belux

Jeroen Lissens

GSM: +32 488 23 55 85

Tel.: +32 3 890 97 08

E-mail: jeroen.lissens@bmw.be