



Úcta k tradicím, autenticita a čistota: nové logo MINI

Současná interpretace emblému značky kombinuje stylistické prvky z raných dob klasického Mini s designem orientovaným na budoucnost, který se soustředí na to nejzákladnější – nejnovější kapitola rozmanité historie loga MINI bude od března 2018 k vidění na všech modelech MINI: na kapotě a na zádi, na středu volantu a na klíčku.

Mnichov. Středobodem nové identity značky MINI je úcta k tradičním hodnotám spojená s duchem vývoje orientovaného na budoucnost. Tato filozofie se odráží i ve vizuální podobě britské prémiové značky, jejímž ústředním prvkem je logo značky MINI. Současná interpretace celosvětově známého loga na sebe bere podobu minimalistického designu, zaměřeného na to nejdůležitější. K vidění bude od března 2018 na všech současných modelech MINI.

Nové logo MINI vychází z třírozměrného stylu zobrazení, který byl používán od obnovení značky v roce 2001, a přenáší ho do formy vizuálního vyjádření nazývaného „plochý design“, který se soustředí na klíčové grafické prvky. Zachování základního, v tradicích zakořeněného motivu okřídleného kola s kapitálkami vysázeným jménem značky uprostřed zajišťuje okamžitou rozpoznatelnost loga. Záměrné upuštění od stínování a tónů šedi vytváří ostře kontrastní kombinaci bílé a černé, vyjadřující autentičnost a čistotu nové značkové identity. Dvourozměrná podoba navíc umožňuje univerzální využití.

Nejnovější podoba loga otevírá další kapitolu v rozmanité historii loga MINI. Zvláště působivá je podobnost s pečeti, představenou v polovině 90. let pro klasické Mini. V té době se jméno značky také objevilo napsané kapitálkami v kruhu se stylizovanými křídly.

Kořeny této kombinace symbolů kola a křídel sahá až do počátečních let klasického Mini. Když British Motor Corporation (BMC) uvedla v roce 1959 svůj Morris Mini-Minor na trh společně s technicky shodným Austinem Seven, nesl prvně jmenovaný model logo značky Morris. To bylo tvořeno červeným býkem a třemi modrými vlnami – symbolem města Oxford – v kruhu se dvěma stylizovanými křídly po stranách. Naproti tomu sesterský model, který byl od roku 1962 označován jako Austin Mini, nesl své šestiúhelníkové logo se jménem a emblémem značky nad maskou chladiče. Další dvě samostatné varianty revolučního malého vozu se objevily pod jinými značkami koncernu BMW – Wolseley a Riley. Wolseley Hornet a Riley Elf měly více individuální design, který zahrnoval nejen upravenou karoserii se speciálními doplňky, ale také vlastní charakteristické logo pro každý z modelů.

Rozpolcená identita klasického Mini přetrvala až do roku 1969. Od toho roku už se vyrábělo výhradně v britské továrně Longbridge a zároveň dostalo slavný



jednoslovný název Mini. Tento krok klasické Mini oslavilo také novým logem: jeho motivem byl tradiční emblém s abstraktním designem, který nenesl žádnou podobnost s původními symboly. Takzvaný erb Mini se používal po celá desetiletí a jeho design byl několikrát přepracován. Řada speciálních modelů klasického Mini dostala individuálně navržená loga, ale všechna z nich byla založena na univerzální podobě emblému.

Nová edice Mini Cooperu v roce 1990 tato zavedená pravidla změnila. Vrátil se tradiční design loga a s ním i zaměření na sportovní charakter klasického Mini. Chromované kolo se stylizovanými křídly odkazovalo na logo Morrisu Mini-Minor, ale namísto býka a vln se objevil červený nápis „MINI COOPER“ se zeleným vavřínovým věncem na bílém pozadí. V roce 1996 pak byla tato varianta aplikována i na ostatní modely s upraveným pozadím a nápisem „MINI“, kdy světlá písmena vystupovala ze zeleného pozadí.

Jen o pár let později bylo v průběhu příprav na oživení značky, která nyní patří do koncernu BMW Group, učiněno rozhodnutí redefinovat nejen identitu značky MINI, ale také její logo. V tomto případě byla jako základ využita poslední verze loga klasického Mini, které bylo důkladně modernizováno. Na své premiéře v listopadu 2000 se moderní MINI objevilo s vysoce kvalitním trojrozměrným logem, jež neslo jméno značky na černém pozadí. Chromované kolo a stylizovaná křídla zůstaly beze změny po téměř 15 let a staly se celosvětově známým symbolem potěšení z řízení, individuálního stylu a prémiové kvality v malém voze pro 21. století. Stejně tak i nové logo MINI odráží oddanost tradicím britské značky, nyní sahající téměř 60 let nazpět.

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Group Česká republika
Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com
BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm
Internet: www.bmw.cz; Facebook CZ: <https://www.facebook.com/BMW.Ceska.Republika>

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI a Rolls-Royce vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů a služeb mobility. BMW Group je globální společnost s 31 výrobními a montážními závody ve 14 zemích a celosvětovou prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2016 společnost BMW Group prodala po celém světě přibližně 2,367 milionu automobilů a 145 tisíc motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2016 činil 9,67 miliardy Euro, příjmy dosáhly 94,16 miliardy Euro. K 31. prosinci 2016 pracovalo pro BMW Group 124 729 zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost. Celý hodnotový a výrobní proces je zaměřen na ekologickou a sociální udržitelnost, k životnímu



prostředí odpovědné produkty a jednoznačné zaměření na ochranu zdrojů. To vše je pevnou součástí celkového přístupu.

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>