



München, 18. Januar 2017

## **MINI erneuert seine Partnerschaft mit Pitti Immagine.**

MINI kehrt für die Pitti Uomo 91 vom 10. bis 13. Januar nach Florenz zurück.

**Florenz.** MINI und Pitti Immagine arbeiten auch 2017 zusammen. Von 10. bis 13. Januar kehrte MINI nach Florenz zurück und nahm an der 91. Pitti Uomo in der Fortezza da Basso teil. MINI und Pitti Immagine bestätigen damit erneut ihr Engagement und die gemeinsame Leidenschaft für Innovation, Liebe zum Detail und Qualität sowie die Bereitschaft, auch zukünftig einen Schritt weiter zu gehen, um neue Trends zu antizipieren. MINI war mit einem eigenen Messestand, dem MINI Space, auf der jährlich zweimal stattfindenden Herrenmode-Messe vertreten.

## **MINI und Pitti Immagine unterstützen gemeinsam junge Talente.**

Die Zusammenarbeit von MINI und Pitti Immagine bringt zwei Welten, die durch gemeinsame Werte und Ziele in Bezug auf einen modernen Lifestyle vereint sind, in einer kreativen Partnerschaft zusammen. Im Zentrum steht die Leidenschaft für Innovation, Kreativität und Design.

Die Zusammenarbeit der beiden Marken wurde für die 91. Pitti Uomo wieder aufgenommen. Im Fokus standen Nachwuchstalente aus Mode und Design, die neuesten Lifestyle Trends und die urbane Lebenskultur. Mit seiner Designexpertise und dem Streben nach passionierten und bedeutungsvollen Ideen ist MINI eine Inspiration für Designer und junge Künstler.

## **MINI FLUID FASHION meets The Latest Fashion Buzz.**

Bei der 91. Pitti Uomo unterstützen MINI und Pitti Immagine zum wiederholten Male die internationale Modedesign-Szene und präsentierten **The Latest Fashion Buzz**. Im MINI Space auf der Piazzale delle Ghiaie empfing MINI sechs junge, aufstrebende Modedesigner. Die Nachwuchstalente waren zusammen mit Pitti Immagine, L'Uomo Vogue und GQ ausgewählt worden und erhielten die Chance, sich und ihre Kollektionen der Modewelt zu präsentieren. Mit dabei waren David Catalán (Spanien), Estelita Mendonça (Portugal), Feng Chen Wang (China), Sissi Goetze (Deutschland), Pronounce (China) und Luca Magliano (Italien).

Die Auswahl der Talente aus den verschiedensten Ländern und mit unterschiedlichen beruflichen und akademischen Werdegängen erfolgte auf Basis des Themas **MINI FLUID FASHION "Bold Meets Genderless"**. Das Thema spiegelt MINIs optimistische, offene Haltung und das Denken außerhalb von Gewohnheiten und Konventionen wider, sowie die Aufhebung der klassischen Geschlechtertrennung.

Vor allem Pronounce (China) überzeugte mit seiner Fähigkeit Kreativität und innovative Verwendung von Materialien zu vereinen. Dabei verarbeitet der Designer seine Erfahrungen als moderner Kosmopolit in den kulturellen Schmelztiegeln der Welt. Als herausragendes Talent gewann er ein einjähriges, kostenloses Tutorenprogramm der Talent-Scouting-Agentur für Mode und Design CREATIVE AND MORE.

Der MINI Space ist mehr als nur ein Ort, an dem Geschäfte gemacht werden. Er ist auch Lounge und Treffpunkt für die Besucher der Pitti Uomo. Hier können sie sich erholen, durchatmen und in eine einzigartige Atmosphäre aus Innovation, Style, Design und Lifestyle eintauchen. Ein Ort, an dem Generationen von Designern, Einkäufer, Pressevertreter und Besucher nicht nur das Resultat der Partnerschaft spürbar erleben können, sondern auch die

# MINI

## CORPORATE COMMUNICATIONS

Symbiose aus Visionen und Werten, die MINI und Pitti Immagine und damit die Automobil- und die Fashionwelt verbinden.

### **MINI und Pitti**

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.

Bei vergangenen Pitti Uomo Ausgaben zeigte MINI, dass sich die unverwechselbare MINI Philosophie auch außerhalb der automobilen Welt anwenden lässt: Auf der 88. Pitti Uomo im Juni 2015 entwarf MINI zusammen mit sechs jungen italienischen Talenten die MINI Gentleman's Collection. Die sechsteilige Capsule Collection verbindet italienische Handwerkskunst mit kreativen und innovativen Details. Auf der 90. Pitti Uomo präsentierte MINI die MINI FLUID FASHION Capsule Collection, eine limitierte Sweatshirt Kollektion, die in Zusammenarbeit mit fünf internationalen, aufstrebenden Designtalenten entstand. Die Designer interpretierten das optimistische, offene und grenzenlose Weltbild der Marke MINI in fünf verschiedenen Fashion Statements auf von MINI designten Sweatshirts.

Nach dem großen Erfolg dieser und weiterer Aktivitäten, wird MINI die Zusammenarbeit mit jungen Designern und Talenten auf der 92. Pitti Uomo im Juni 2017 fortsetzen.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

### **BMW Group Unternehmenskommunikation**

Bernhard Ederer, Unternehmenskommunikation, Pressesprecher BMW Group Marketing und BMW Group Vertrieb Deutschland

[Bernhard.Ederer@bmw.de](mailto:Bernhard.Ederer@bmw.de), Tel: +49 89 382-28556, Fax: +49 89 382-24418

Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)

E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

### **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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2015 belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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.com6>