

Communiqué de presse n°2521
24 mai 2018

MINI s'associe à FAIRE 2018 DESIGN URBAIN : penser la transformation de Paris.

Paris. MINI devient partenaire du Pavillon de l'Arsenal et de la Ville de Paris dans le cadre de l'appel à projets innovants FAIRE 2018 DESIGN URBAIN qui vise à repenser l'espace public parisien.

Un partenariat innovant

Après une première édition 2017 dédiée aux expérimentations architecturales, le Pavillon de l'Arsenal et la Ville de Paris lancent FAIRE 2018 DESIGN URBAIN. Les designers, les équipes pluridisciplinaires réunissant designers, « makers », start-up, collectifs, concepteurs émergents ou confirmés ainsi que les étudiants des écoles de design sont invités à proposer de nouvelles stratégies pour développer l'espace public parisien.

Cette nouvelle session du programme FAIRE, dont l'appel à projets se termine le 31 mai 2018, entend « disrupter » le système de production d'objets urbains en accélérant et finançant une courte série de prototypes sélectionnés par un jury d'experts pour leurs visions, leurs valeurs et les solutions proposées. MINI fera partie intégrante de ce jury et soutiendra plus particulièrement l'un des projets candidats, en adéquation avec la vision urbaine de la marque, l'accompagnant du concept à la concrétisation finale, avec notamment un support financier minimal de 50 000€. L'annonce officielle du/des lauréats sélectionnés se fera le mardi 26 juin 2018.

A l'occasion du lancement de l'appel à projets au Pavillon de l'Arsenal, Pierre Jalady, directeur du département MINI France a déclaré : "MINI est fier d'accompagner FAIRE 2018 DESIGN URBAIN dans son appel à projets urbains. Comprendre la ville dans sa globalité, appréhender les besoins de la vie urbaine d'aujourd'hui et les enjeux de la mobilité de demain est au cœur de notre réflexion. "

Comprendre et améliorer la ville dans son ensemble

Depuis le lancement de sa première automobile en 1959, MINI a bouleversé les codes à l'aide d'un design iconique offrant un maximum d'espace intérieur dans un gabarit extérieur minimal, répondant ainsi à une problématique d'optimisation de l'espace urbain et se réinvente en permanence.

La vision de MINI dépasse aujourd'hui le secteur automobile. La marque porte en effet un intérêt particulier aux domaines de l'architecture, de la mode et du design qui sont intrinsèquement liés à la vie urbaine, au-delà de la simple thématique de la mobilité.

Esther Bahne, en charge de la Stratégie de la Marque MINI, déclare : « Nous sommes sur un chemin où nous allons nous réinventer : nous assurer que nous proposons des produits, des services et des expériences ayant un très haut degré de pertinence dans la vie urbaine de tous. »

Avec MINI LIVING par exemple, MINI développe des concepts novateurs en termes d'habitat urbain et crée des espaces communautaires dynamiques et connectés au cœur de villes comme Shanghai.

Avec URBAN-X, son incubateur, MINI travaille avec 20 start-ups par an dans lesquelles elle investit pour développer des produits et des services visant à rendre la vie urbaine plus efficiente et plus agréable. Le « hub » collaboratif A/D/O a notamment été créé par MINI à Brooklyn, New-York afin de rassembler dans un espace novateur les ressources nécessaires aux créatifs qui remettent en question le statu quo à travers leurs projets.

Enfin, dans le cadre de MINI FASHION, le constructeur automobile équipe le nomade urbain dans toutes ses aventures.

Découvrez ainsi :

<http://www.faireparis.com>

<https://a-d-o.com>

<https://www.urban-x.com>

https://www.mini.com/en_MS/home/living.html

https://www.mini.com/en_MS/home/fashion.html

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Olivier Wodetzki
Chef du Service Communication Marques,
Produits et Technologies
Tél : 01 30 43 92 75
E-Mail : olivier.wodetzki@bmw.fr

Pierre Bedhome
Responsable Communication
Produits MINI
Tel : 01 30 43 93 78
E-mail : pierre.bedhome@bmw.fr

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution plus de 5.000 salariés en France. En 2017, BMW Group France a immatriculé 87 748 automobiles des marques BMW et MINI et 16020 motos et scooters de la marque BMW Motorrad

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), et la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

www.bmw.fr

Facebook: facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: instagram.com/BMWFrance/

YouTube: [http://www.youtube.com/BMWFrance](https://www.youtube.com/BMWFrance)

Linkedin: https://www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2017, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 463 526 automobiles et plus de 164 153 motos. En 2017, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 10,65 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 98,67 milliards d'euros. Au 31 décembre 2017, les effectifs de BMW Group étaient de 129 932 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: [http://www.facebook.com/BMWGroup](https://www.facebook.com/BMWGroup)

Twitter: [http://twitter.com/BMWGroup](https://twitter.com/BMWGroup)