

Communiqué de presse n°2913
23 février 2021

Nouveau dialogue créatif entre MINI et mosaert. **Communiqué.**

MINI Belux, MINI France, MINI Suisse et mosaert unissent leurs forces et annoncent leur coopération. MINI continue ainsi de renforcer son implication dans l'univers de la mode en s'associant au label créatif de Paul Van Haver (plus connu sous son nom de scène : Stromae), Coralie Barbier et Luc Van Haver.

Les valeurs communes d'élégance, de créativité et de durabilité sont les éléments constitutifs de ce dialogue entre MINI et le label créatif de Paul Van Haver (Stromae), Coralie Barbier et Luc Van Haver. Le cœur de cette coopération s'articule autour de trois axes : l'utilisation durable des matériaux, des designs élégants et une vision créative. Ce sont trois valeurs importantes que MINI et mosaert partagent. Il y a déjà plus d'un an, l'emblématique label belge et la marque britannique ont entamé un dialogue à la recherche de nouvelles passerelles entre le monde de la créativité et du design de l'industrie automobile.

Nous sommes très fiers de nous associer au label mosaert car il partage notre vision de la créativité et de la durabilité, explique Pierre Jalady, vice-président et responsable de la région MINI Europe. « Avec ses nombreuses créations originales dans des domaines aussi variés que la musique, la vidéo et la mode, le label s'est forgé une solide réputation internationale. Ceux qui connaissent mosaert savent qu'elle 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 ont eu le sentiment d'être sur la même longueur d'onde et les lignes créatives de cet ambitieux projet ont pu être rapidement définies. »

La durabilité en tant que concept.

MINI est une marque durable depuis sa création : conçue en pleine crise pétrolière, elle propose dans ses voitures un maximum d'espace et de plaisir de conduite tout en minimisant l'utilisation de matériaux et de ressources. La Mini Classic a montré combien on pouvait faire « plus avec moins » - avant même que quelqu'un ne parle de durabilité. « Faire plus avec moins » était un aspect essentiel à l'époque et fait donc partie intégrante de l'ADN MINI depuis la genèse de la marque.

Une collaboration exclusive.

Mosaert collabore rarement avec d'autres marques. « Lorsque nous faisons équipe avec une autre marque, il est très important pour nous de partager les mêmes valeurs ainsi

qu'une vision commune », nous dit Paul Van Haver (Stromae). « MINI s'inscrit parfaitement dans ce cadre. Les deux marques mettent l'accent sur l'élégance, la créativité et la durabilité. MINI et mosaert sont donc parfaitement assorties, et nous sommes convaincus que cette nouvelle collaboration sera le début d'une grande aventure. »

L'histoire de MINI x mosaert a officiellement démarré avec la publication d'un premier chapitre sur leurs chaînes respectives plus tôt dans la journée. Le dialogue qu'ils entretiennent, chacun de leur côté, devrait déboucher sur un échange inspirant entre le monde de la mode et celui de l'automobile.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Ludovic Leguem
Chef du Service Communication
Marques, Produits et Technologies
Tél : 01 30 03 15 52
E-Mail : ludovic.leguem@bmw.fr

Pierre Bedhome
Responsable Communication
Produits MINI
Tél : 06 87 51 08 17
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 pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international).

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2020, BMW Group France a immatriculé 67 359 automobiles des marques BMW et MINI et 18 081 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

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 dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

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 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.



En 2020, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos. En 2019, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,118 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 104,21 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, les effectifs de BMW Group étaient de 126 016 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw