

Le début d'une nouvelle ère : simplicité et personnalité, le nouveau langage stylistique de la future famille MINI.

Communiqué de presse n°3101 - 14 juin 2022

Le design distinctif de la marque premium britannique fait un grand bond en avant avec la prochaine génération de modèles entièrement électriques. Simplicité sans compromis, digitalisation créant une expérience utilisateur encore plus intense, durabilité au cœur de l'ADN MINI et un maximum d'émotions pour un minimum d'encombrement.

Munich. Électrique, digitale, durable et distinctive : la nouvelle génération de modèles MINI fait entrer le plaisir de conduire, l'expérience utilisateur et la démarche responsable de la marque dans une nouvelle ère. Cette transformation est visible directement grâce à un langage stylistique tourné vers l'avenir. Ce dernier allie les valeurs traditionnelles de la marque à une technologie avancée. Il tient compte des principes élémentaires de la conception automobile ainsi que du caractère urbain de MINI et de l'esprit d'innovation de sa communauté. Le principe de « Charismatic Simplicity » - simplicité et personnalité - désigne un design qui confère à chaque nouveau modèle MINI un caractère individuel affirmé et qui, attire intuitivement le regard sur l'essence même de la marque. Un autre élément central du nouveau langage stylistique est le choix des matériaux, résolument orienté vers la durabilité. La prochaine génération de modèles MINI dispose d'un intérieur sans cuir et renonce presque entièrement aux éléments chromés.

Les futurs modèles MINI sont liés par un design extérieur et intérieur moderne et épuré qui se concentre sur l'essentiel. Cela reflète le principe d'utilisation créative de l'espace déjà mis en œuvre dans la Mini Classic. En outre, le nouveau langage stylistique exploite les possibilités offertes par l'électrification de la gamme qui permet de créer un plaisir de conduite typiquement MINI sans émissions locales. « Les modèles purement électriques de MINI nous offrent la possibilité de repenser notre design. Cependant, nous conservons la combinaison typique de MINI entre l'amour du détail, le sens de la tradition et la passion pour l'innovation », déclare Oliver Heilmer, directeur du design MINI.

L'architecture des futurs modèles MINI de nouvelle génération, conçue dès le départ pour la mobilité 100% électrique, offre toutes les conditions pour utiliser l'espace disponible encore plus efficacement pour le confort, le bien-être, l'expérience intense et le plaisir de voyager des passagers. Ainsi, à l'avenir, chaque modèle MINI, indépendamment de ses dimensions extérieures, offrira le meilleur rapport possible entre la surface au sol et l'espace disponible dans l'habitacle.

La MINI 3 portes, entièrement électrique et résolument orientée vers le plaisir de conduire en ville, sera le fer de lance de la marque et inaugurerà la future génération de modèles du constructeur britannique. Le successeur de l'actuel MINI Countryman sera lui aussi

disponible avec une motorisation 100% électrique. En outre, MINI présentera sous peu l'étude conceptuelle d'un crossover - également entièrement électrique - qui préfigure l'arrivée d'un modèle inédit dans le segment B-SUV. « L'ADN du design MINI s'exprimera clairement dans chaque nouveau modèle et ne laissera aucun doute sur son appartenance à la marque », annonce Oliver Heilmer. « En parallèle, l'équipe en charge du design MINI a réussi à créer des modèles de caractère avec des touches d'individualité, qui soulignent plus que jamais le sentiment d'indépendance ».

Le principe de « Charismatic Simplicity » assure à chaque membre de la future famille de modèles MINI un caractère unique, reposant sur l'essence de la marque et la réinterprétant avec assurance et de manière personnalisée. La référence aux valeurs essentielles de MINI s'exprime dans un langage de formes très moderne avec des surfaces clairement modelées. En réduisant le nombre de composants et en se concentrant sur les éléments essentiels, l'approche « Charismatic Simplicity » confère au design des futurs modèles MINI une identité forte et immédiatement perceptible.

« Dans notre nouveau langage stylistique, nous associons le cœur de l'ADN de MINI à des orientations innovantes, esthétiques et technologiques », explique Oliver Heilmer. « Ainsi, chaque nouvelle MINI reste à la fois authentique et tournée vers l'avenir ». Par exemple, le design « Union Jack » typique des feux arrière de la MINI prend de multiples formes à l'aide d'une technologie LED innovante afin de créer une signature lumineuse unique pour chaque modèle.

Dans l'habitacle des futurs modèles MINI, l'alliance de la tradition et de l'innovation conduit à une expérience utilisateur immersive qui intensifie encore le lien, traditionnellement fort, entre les passagers et les voitures chez MINI. « MINI est une marque citadine dont chaque facette du design contribue à rendre la vie en ville aussi agréable et riche en expériences que possible », explique Oliver Heilmer. La clé de ce succès réside aussi bien dans une digitalisation de pointe que dans un intérieur au design clair et aux fonctionnalités intuitives.

Au poste de conduite des futurs modèles MINI, la simplification n'est pas non plus synonyme de compromis. La technologie OLED pour le système d'affichage et de commande entièrement digital, présentée pour la première fois dans le MINI Vision Urbanaut, permet de disposer d'un nombre nettement plus élevé de fonctions réunies en une seule unité de commande - le tout dans le style typique de MINI. Cette dernière se retrouve dans le combiné d'instrumentation circulaire au milieu du tableau de bord. MINI est le premier constructeur automobile au monde à proposer un écran tactile avec une surface circulaire entièrement utilisable. Cette technologie d'affichage innovante ouvre la voie à un nouveau design numérique. En parallèle, MINI conservera des commandes physiques telles que les commandes à bascule situées sous l'écran central. Ils représentent le soin apporté aux détails et les caractéristiques de design uniques qui transforment les fonctionnalités intuitives en une expérience émotionnelle.

« L'avenir du design MINI repose sur l'audace et la volonté d'orienter le changement afin de donner à la marque un statut unique et inimitable », explique Oliver Heilmer. Cela implique également un choix de matériaux axé sur la durabilité. La nouvelle génération de modèles MINI renoncera complètement à l'utilisation de cuir et réduira presque intégralement

l'utilisation d'éléments chromés. L'électrification, des normes environnementales ambitieuses, une production respectueuse et une part toujours plus importante de matières premières recyclées sont l'expression d'une attitude fondamentale guidée par le sens des responsabilités. L'empreinte écologique la plus faible possible est profondément ancrée dans la culture de la marque et le design MINI la transmet plus que jamais à la nouvelle génération de modèles.

Le premier aperçu complet du nouveau langage stylistique de la famille MINI du futur entièrement électriques sera offert par l'étude conceptuelle d'un crossover MINI entièrement électrique. Elle sera présentée pour la première fois au public fin juillet 2022. Par le biais du design, MINI démontre comment les innovations technologiques et une compréhension novatrice de la mobilité individuelle permettent à la marque de se projeter dans l'avenir.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

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 2021, BMW Group France a immatriculé 71 306 automobiles des marques BMW et MINI et 20 333 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, Faurecia. 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 million de voitures 100% électriques circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. 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 l'entreprenariat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. 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. 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 2021, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,5 millions d'automobiles et plus de 194 000 motos. En 2021, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 16,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 111,2 milliards d'euros. Au 31 décembre 2021, les effectifs de BMW Group étaient de 118 909 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, de la gestion efficace des ressources à la phase d'utilisation des produits en passant par la production.

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