MINI
CORPORATE COMMUNICATIONS

Δελτίο Τύπου
19 Απριλίου 2016

MINI LIVING – Do Disturb.

Η MINI παρουσίασε την εντυπωσιακή εγκατάσταση στο Salone del Mobile 2016.

Μόναχο / Μιλάνο. Η 'δημιουργική χρήση χώρου' ήταν ανέκαθεν στο επίκεντρο της φιλοσοφίας MINI. Με την εγκατάσταση "MINI LIVING" στο Salone del Mobile 2016 στο Μιλάνο, η MINI μεταφέρει αυτή την αρχή σε μία μορφή 'αστικής κατοικίας'. Το MINI LIVING επιχειρεί να δώσει λύση σε μία από τις πιο πιεστικές προκλήσεις του 'urban living' – την έλλειψη ελκυστικής, προσιτής στέγης – και προτείνει μία μορφή σύγχρονης κοινής συγκατοίκησης. «Η MINI ήταν ανέκαθεν μία μάρκα προϊόντων πόλης και οι περισσότεροι πελάτες μας κατοικούν σε αυτές», σχολιάζει η Esther Bahne, Επικεφαλής Στρατηγικής της Μάρκας & Επιχειρηματικής Καινοτομίας στη MINI. Επιπλέον πρόσθεσε: «Πρέπει να δούμε την πόλη μέσα από μία ολιστική διάσταση και οι λύσεις που προτείνουμε να είναι σχετικές με τις ανάγκες των ανθρώπων που ζουν εκεί. Αυτό είναι και η φιλοσοφία της εγκατάστασης MINI LIVING».

'Sharing' σημαίνει περισσότερα για όλους.
Η εγκατάσταση βασίζεται σε ένα διαμέρισμα 30 m2 που αποτελεί τμήμα μιας μικρής γειτονιάς με παρόμοια διαμερίσματα (τα υπόλοιπα διαμερίσματα απλά υπονοούνται στην εγκατάσταση). Αναδιπλούμενες επιφάνειες (σαν ράφια) αποτελούν τους τοίχους. Εκεί ενσωματώνονται διάφορα στοιχεία και συστήματα όπως μία κουζίνα, ένας πάγκος εργασίας και ένα ηχοσύστημα.

Τα ράφια ανοίγουν επιτρέποντας την πρόσβαση σε διάφορα αντικείμενα και λειτουργίες. Ανοίγοντας διαφορετικά ράφια, ο εσωτερικός χώρος αναμορφώνεται μέσα από ποικίλους συνδυασμούς, και δημιουργείται το κατάλληλο περιβάλλον για κάθε είδους δραστηριότητες και μοναδικές εμπειρίες.

Ανοίγοντας την κουζίνα και το ηχοσύστημα διαμορφώνεται άμεσα το τέλειο σκηνικό για ένα πάρτι. Το MINI LIVING μετατρέπει το 'sharing' σε περιπέτεια. Όσοι μοιράζονται το χώρο τους και τις λειτουργίες του με την ευρύτερη κοινότητα μπορούν να απολαμβάνουν εμπειρίες που δεν θα ήταν δυνατόν να βιώσουν σε έναν συμβατικό ιδιωτικό χώρο. «Με την εγκατάσταση MINI LIVING, επιδιώκουμε το διάλογο για τις μελλοντικές μορφές κοινής συγκατοίκησης. Στην πόλη, όλο και περισσότεροι άνθρωποι πρέπει να μοιράζονται κάποιο χώρο που τείνει να γίνεται όλο και πιο δυσεύρετος. Μέσα από τη λύση που προτείνουμε βλέπουμε πολλές δυνατότητες για μία ζωή στην πόλη βασισμένη στην κοινωνικότητα και αμοιβαιότητα. Η εγκατάσταση συνδυάζει και τις δύο πλευρές της εξίσωσης σε ένα συμπαγές αποτύπωμα – μπορεί να

παρέχει την απαραίτητη ιδιωτικότητα και ταυτόχρονα να είναι ανοιχτή στην ευρύτερη κοινότητα», σχολιάζει ο project manager του MINI LIVING, Oke Hauser.

Οι έννοιες του 'ιδιωτικού' και του 'κοινού'.
Σαν ένας κλειστός χώρος, το MINI LIVING προσφέρει όλη την ασφάλεια των τεσσάρων τοίχων μιας κατοικίας. Αλλά επειδή αυτοί οι τοίχοι είναι ευέλικτοι, τα συνήθη όρια μεταξύ ιδιωτικού και κοινού είναι ασαφή. Το πότε και σε πιο βαθμό οι χρήστες επιθυμούν να μοιράζονται το χώρο και το χρόνο τους με την υπόλοιπη κοινότητα εξαρτάται αποκλειστικά από τους ίδιους. Ωστόσο, όπως υποδηλώνει και το σλόγκαν "Do Disturb", αυτή η εγκατάσταση έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει την αμφίδρομη επικοινωνία έναντι της αστικής ανωνυμίας. Οι επισκέπτες μπορούν να πειραματίζονται με τα ευέλικτα στοιχεία της εγκατάστασης για να ανακαλύπτουν οι ίδιοι όλο το φάσμα δυνατοτήτων μπορεί να προσφέρει ένας χώρος διαβίωσης, ανάλογα με το πόσο ανοιχτός είναι στην κοινότητα.

MINI LIVING - προϊόν συνεργασίας και ανταλλαγής τεχνογνωσίας.
Από τη φάση σύλληψης και σχεδιασμού του MINI LIVING, η MINI είχε ήδη καταφέρει να υλοποιήσει τη βασική ιδέα της εγκατάστασης – ότι 'Sharing σημαίνει περισσότερα για όλους'. Δίνοντας μορφή στο όραμά της για το μελλοντικό 'urban living', η MINI ζήτησε τη βοήθεια δύο εταίρων οι οποίοι συνέβαλλαν με την πολυετή εμπειρία και τη δική τους αντίληψη στο 'urban living'. Οι Ιάπωνες αρχιτέκτονες της ON design στη Yokohama διέθεταν τεχνογνωσία από ποικίλα Projects σχετικά με την 'μικρο-κατοικία' και την 'κοινή συγκατοίκηση', ενώ το γραφείο της εταιρίας συμβούλων Arup στο Βερολίνο παρείχε υποστήριξη στο τεχνικό κομμάτι. Μέσα από αυτή την κοινή προσέγγιση, το MINI LIVING προσφέρει μία προηγμένη ερμηνεία ενός οράματος 'αστικής στέγης' που κανείς από τους συμμετέχοντες δεν θα μπορούσε να έχει πετύχει από μόνος του.

MINI – συμβάλλοντας στον ορισμό του 'urban living'.
Το MINI LIVING αποτελεί το επόμενο βήμα προς την κατεύθυνση που ακολουθεί η MINI από την πρώτη ημέρα: να βελτιώσει την ποιότητα της ζωής στην πόλη. Ήδη το 1959, η MINI ήδη προσέφερε μία έξυπνη λύση σε ένα από τα πιο σχετικά προβλήματα της εποχής παρέχοντας αστική μετακίνηση σε προσιτή τιμή. Η λύση ήταν ένα όχημα που συνδύαζε υψηλή λειτουργικότητα και μέγιστη διασκεδαστική οδήγηση, καταλαμβάνοντας ελάχιστο χώρο στο δρόμο. Ακόμα και τότε, μέσα από τη 'δημιουργική χρήση χώρου', η MINI απέδειξε ότι ακόμα και ένα μικρό αυτοκίνητο μπορεί να είναι άκρως συναρπαστικό. Οι επόμενες γενιές συνέχισαν να αποτελούν πρότυπα εξατομικευμένης αστικής μετακίνησης. Σήμερα, η ανεύρεση προσιτής και ελκυστικής στέγης είναι μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις της ζωής στην πόλη, και μάλιστα όχι μόνο για νέους ανθρώπους και οικογένειες. Και εδώ, η απάντηση βρίσκεται στη δημιουργική αξιοποίηση χώρου. Η εγκατάσταση MINI LIVING εφαρμόζει την ουσία της μάρκας και σε τομείς της ζωής στην πόλη άσχετους με το αυτοκίνητο. Και πάλι η έμφαση δίδεται στην μέγιστη εκμετάλλευση του μικρότερου δυνατού φυσικού αποτυπώματος.

MINI
CORPORATE COMMUNICATIONS

Η εγκατάσταση MINI LIVING παρουσιάστηκε στο Μιλάνο 12 – 17 Απριλίου, 2016 στο Salone del Mobile.

-Τέλος Δελτίου Τύπου-

Το BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI και Rolls-Royce. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 30 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2015, το BMW Group πούλησε 2.247.000 αυτοκίνητα και 137.000 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το 2015 ήταν 9.22 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 92.18 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2015, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 122.244 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊοντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

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

BMW Group Hellas
Κωνσταντίνος Διαμαντής
Corporate Communications
Τηλέφωνο: +30 2109118151
Fax: +30 210 9118007
e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr