

A MINI ELKÉSZÍTETTE A GENTLEMANEK JÁTSZÓTERÉT



Különleges kompozícióval készült a MINI a Firenzében január 12-15. között megrendezett 89. Pitti Uomo férfidivat-fesztiválra: a „MINI Gentlemanek Játszótere” elnevezésű kiállítói objektum egy térben egyesíti az emberi élet két legmeghatározóbb szakaszának sorsdöntő momentumait, a vadonatúj MINI Clubman stílusában.

A MINI tovább folytatja úttörő együttműködését a világszerte kimagasló népszerűségnek örvendő Pitti Immagine divatvásárral: a két vállalat az innovációk iránti megszállott szenvedélyben, a részletekre való összpontosításban, a szüntelen megújulási vágyban és a példaértékű minőség iránti elkötelezettségben egyformán osztozva időről időre olyan közös projekteket hív életre, amelyek új stílusirányzatok megszületéséhez járulnak hozzá.

Fiatal tehetségek a figyelem középpontjában

A MINI és a Pitti Immagine a 89. Pitti Uomo férfidivat-fesztiválon ismét összefogott, hogy közös támogatásukról biztosítsák a divatvilág legígéretesebb fiatal tehetségeit. A földkerekség elsőszámú, férfidivat és kortárs ruházati stílussal foglalkozó nemzetközi eseményét idén január 12-15. között rendezték meg Firenzében, az olaszországi város legnagyobb történelmi emlékműveként számon tartott Fortezza da Basso középkori erődben, ahol a MINI első ízben mutatta be a támogatását élvező nemzetközi divattervezők „The Latest Fashion Buzz” elnevezésű válogatását. A rendhagyó kollekcióban azon művészek munkái kaptak helyet, akik a férfidivat területén jövőbe mutató újdonságokkal és modern ötletekkel rukkoltak elő, személyiségüket merész innovációk egyedülálló alkalmazásával állítva a középpontba.

A vadonatúj MINI Clubman ihlette játszóter

A Pitti Immagine tehetségeinek nemzedékeit összefogó „Pitti Generation(s)” kiállítás exkluzív értelmezéseként a MINI egy kivételesen rendhagyó játszóter-kompozíciót tár a 89. Pitti Uomo férfidivat-fesztivál látogatói elé. A vadonatúj MINI Clubman ihlette „MINI Gentlemanek Játszótere” elnevezésű, egyszerre elegáns és ötletes objektum egy térben egyesíti az emberi élet két legmeghatározóbb szakaszának sorsdöntő momentumait: a gyermekkor és a felnőttkor különleges találkozásakor egyszerre elevenednek meg a látogatók előtt a fiatal- és felnőttkori gondolatok, hamisítatlanul egyedülálló módon idézve fel a különböző személyiségek mélyen lakozó emlékeit.



A MINI megújult márkastratégiája

A BMW Group 2015. júniusában, a vadonatúj MINI Clubman berlini világpremierjén jelentette be a MINI új termékportfólióját és felfrissített márkaarculatát, amelyet az innovatív dizájn, az összetéveszthetetlen egyéniség és a belső értékek hármassága határoz meg. A brit kisautó-gyártó globális újradefiniálása új fejezetet nyit a MINI sikertörténetében, miközben új magaslathoz emeli a márka immáron tradicionálissá vált, szüntelenül megújuló imázsát, amely rendre utat mutat a dizájn-innovációk terén és úttörőként formálja az egyes korszakok irányzatait.

A MINI megújult márkaarculata minden nélkülözhető elemet elhagy, hogy még inkább a lényeges dolgokra összpontosítson. Eme filozófia minden téren az abszolút mondanivalóra helyezi a hangsúlyt, értékeit pedig páratlanul egyedi úton ismerteti meg az emberekkel. A kétdimenziós logó, az új tipográfia és a vadonatúj színséma egyaránt a megújult márkaarculat alappilléreit jelentő letisztultságot és hitelességet erősíti, miközben újraértelmezi a MINI fogalmát, hogy a brit kisautó-gyártó a jövőben is iránymutató egyéniségként lehessen jelen.

A MINI és a Pitti Immagine közötti együttműködés

A Pitti Immagine egy Olaszországban évente megrendezett elsőrangú divatvásár, amelynek keretein belül 1972 óta évente két alkalommal a Pitti Uomo elnevezésű férfidivat-fesztivált is életre hívják, hagyományosan Firenzében. A fesztivál kiemelt hangsúlyt fektet a fiatal, feltörekvő és a hagyományokkal esetenként szembemenő divatmárkákra. A MINI és a Pitti Immagine közötti együttműködés 2015. januárjában vette kezdetét és azóta számos projektre kiterjedt már. A 2015. január 13-16. között megrendezett 87. Pitti Uomo férfidivat-fesztiválon például a MINI és a Pitti Immagine Alberto Premi cipőkészítőt választotta meg a legtehetségesebb fiatal tervezőnek, aki ezután speciális MINI kollekciójának innovatív lábbelijeit a Salone del Mobile kiállításon is bemutathatta 2015. áprilisában.

A MINI 2015. júniusában, a 88. Pitti Uomo férfidivat-fesztiválon bemutatta, hogy márkafilozófiája az autóiparon kívülálló világra is kiterjeszhető: hat fiatal olasz tehetséggel együttműködve életre hívta a vadonatúj MINI Clubman ihlette első „MINI Gentleman Kollekción”, amelynek hat nívós divat- és életmód-kiegészítője az olasz szaktudást kreatív és innovatív részletekkel ötvözi.



Az első „MINI Gentleman Kollekción” hatalmas sikerét követően a MINI 2016. júniusában, a 90. Pitti Uomo férfidivat-fesztiválon tovább folytatja a fiatal tervezőkkel és tehetségekkel való együttműködését.

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser
Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:
www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI és a Rolls-Royce márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ egyik legsikeresebb autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcégként a BMW Group 14 országban 30 gyárat üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2015-ben a BMW Group hozzávetőlegesen 2,247 millió autót és mintegy 137 000 motorkerékpárt értékesített világszerte. A vállalat mintegy 80,40 milliárd eurós összbevételével a 2014-es pénzügyi évben 8,71 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2014. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 116 324 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>