



Comunicato stampa N. M024/11

San Donato Milanese, 21 maggio 2011

DSQUARED² presenta l'esclusiva Life Ball MINI 2011. Un design creativo dell'automobile a beneficio di AIDS Life

Monaco/Vienna. Dean e Dan Caten, meglio conosciuti come la coppia di designer canadesi DSQUARED², presentano oggi a Vienna la loro esclusiva Life Ball MINI 2011. I fratelli gemelli hanno rielaborato la loro MINI Cooper S per far sì che fosse pronta per ogni genere di avventura. Tra le sue caratteristiche più evidenti vi sono: la protezione frontale, i proiettori da rally, i finestrini laterali colorati con griglie e la ruota di scorta montata sul portellone posteriore. Ma non è tutto: il telaio rialzato del veicolo e i pneumatici fortemente scolpiti evocano immediatamente un senso di avventura. Allo stesso modo, passando agli interni, i due designer ne hanno esaminato a fondo ogni dettaglio. Se la segnaletica stradale non è chiara, c'è una bussola che vi aiuta a trovare la giusta direzione, mentre i tappetini, realizzati in alluminio strutturato, proteggono gli interni dalla polvere. La foglia d'acero, marchio registrato di DSQUARED² sui poggiatesta in pelle e sulle portiere laterali, completa l'abitacolo di questa robusta MINI di grande stile. Dean e Dan sono entusiasti del risultato: "La nostra MINI 'Red Mudder' è al 100 per cento DSQUARED²". Stasera questo esemplare unico scivolerà lungo il tappeto rosso del leggendario Life Ball.

Quest'anno vede il costruttore automobilistico MINI offrire per l'undicesima volta il proprio sostegno al più grande evento europeo di beneficenza per la lotta contro l'AIDS. Ogni anno una MINI in esemplare unico viene creata per il Life Ball; i proventi sono destinati a finanziare progetti che combattono l'HIV/AIDS. Dal 2001 più di mezzo milione di euro sono stati raccolti dalla vendita di questi modelli MINI Life Ball appositamente realizzati per conto di AIDS Life. Gery Keszler, il fondatore e organizzatore del Life Ball, è entusiasta di questa lunga collaborazione: "MINI è stata partner del Life Ball per undici anni ed ogni anno dimostra la sua creatività, il suo entusiasmo e la sua passione per questa buona causa. La MINI Life Ball di quest'anno disegnata da DSQUARED² offre ulteriore e persuasiva dimostrazione di ciò". Negli anni precedenti, designer come Agent Provocateur, Donatella Versace, Diesel, Missoni e Fianfranco Ferré hanno consentito di collaborare con i propri design ad una MINI Life Ball.

L'impegno sociale del BMW Group

Misure globali per combattere l'HIV/AIDS sono uno dei principali elementi della politica aziendale e sociale perseguita dal BMW Group. Il coinvolgimento dell'azienda in Sud Africa è particolarmente rilevante e comprende un programma nei posti di lavoro per i dipendenti e per le loro famiglie, insieme a diversi progetti nelle comunità locali ed oltre. Il costruttore automobilistico è anche impegnato a combattere questa pandemia in altri paesi interessati, come Thailandia o Cina. Far parte della Global Business Coalition on HIV/AIDS (GBC) sottolinea il suo impegno a lungo termine nelle sue diverse sedi.

MINI

Comunicazione e P.R.

Per ulteriori informazioni contattare:

Maria Conti

MINI Comunicazione e P.R.

Telefono: 02.51610.710 Fax: 02.51610.416

E-mail: Maria.Conti@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 24 stabilimenti di produzione dislocati in 13 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2010 volumi di vendita di 1,46 milioni di automobili e oltre 110.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2010 sono stati di 4,8 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 60,5 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2010 era di circa 95.500 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.