



Comunicato stampa N. M032b/11

San Donato Milanese, 12 settembre 2011

DSQUARED² e MINI collaborano per la moda

Un foulard griffato in edizione limitata come segno di solidarietà

Monaco. Il duo di designer canadesi DSQUARED² e MINI si sono uniti nella lotta contro l'HIV/AIDS. Con il loro “Red Mudder Scarf by MINI & DSQUARED²”, presentano un foulard sgargiante in edizione strettamente limitata. Questo articolo di alta qualità, destinato ai collezionisti, sarà disponibile dal 16 settembre sul MINI Online Shop all’indirizzo www.mini.com/shop (www.dsquared2.com) al prezzo di 50 euro, con una parte dei proventi destinata a AIDS LIFE.

Questa organizzazione senza scopo di lucro rappresenta la forza vitale che sta dietro al Life Ball, la manifestazione di beneficenza contro l'AIDS più grande d'Europa e che dà il proprio sostegno ad altri progetti che combattono questo morbo di immunodeficienza. La collaborazione con MINI risale a molto tempo fa: fin dal 2001 è stato raccolto più di mezzo milione di euro per questa organizzazione grazie a modelli MINI “Life Ball” appositamente allestiti.

Il motivo riportato su questo accessorio di moda si basa sullo schizzo della MINI “Red Mudder” che i gemelli creativi Dean e Dan Caten hanno disegnato per il Life Ball di quest’anno, il più importante evento di beneficenza d’Europa nella lotta contro l'AIDS. Il solido fuoristrada, che presenta una foglia d’acero su entrambe le portiere ed il logo DSQUARED² sul parabrezza e sugli pneumatici, porta la firma inconfondibile dei due stilisti. La targa riporta l’anno di nascita dei fratelli che si sono immortalati, con la loro solita ironia, in due orsetti lavatori che pendono dai binari del tetto. Il foulard viene presentato in un’elegante scatola nera che riporta i logo DSQUARED² e MINI.

“Il nostro foulard è l’accessorio che non può mancare nella nuova stagione di tutti gli amanti della moda che vogliono non soltanto apparire, ma anche essere attivi ed impegnati”, dicono Dean e Dan.

Il “Red Mudder Scarf by MINI & DSQUARED² ha festeggiato il suo debutto ufficiale l’8 settembre a Milano in occasione della Notte della Moda di Vogue. I primi esemplari del foulard in edizione limitata sono passati di mano durante il cocktail party esclusivo nel negozio DSQUARED².

DSQUARED² e MINI

Dean e Dan sono da tempo grandi fans del marchio MINI. L’anno scorso, basandosi liberamente sullo slogan “è ora di caricare la mia ... MINI Countryman”, hanno equipaggiato il modello crossover MINI con ciò che loro consideravano gli accessori da viaggio essenziali per un perfetto weekend: per il Life Ball 2011, i due designer hanno riportato il loro “look” su una MINI Cooper S. La MINI “Red

MINI

Comunicazione e P.R.

"Mudder" è un veicolo robusto che è equipaggiato in maniera idonea per qualsiasi avventura che gli possa capitare.

L'impegno sociale del BMW Group

Misure in tutto il mondo per combattere l'HIV/AIDS costituiscono uno degli elementi principali della politica aziendale e sociale perseguita dal BMW Group. Il coinvolgimento dell'azienda in Sud Africa è particolarmente esteso e copre un ampio programma sui posti di lavoro per i dipendenti e per le loro famiglie, oltre ad un certo numero di diversi progetti nelle comunità locali e altrove. Il costruttore automobilistico è impegnato anche a combattere questa pandemia in altri paesi che ne sono afflitti, come la Tailandia o l'India. L'appartenenza alla Global Business Coalition on HIV/AIDS (GBC) sottolinea il suo impegno a lungo termine nelle diverse sedi.

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.