

Comunicato stampa N. M022/12

San Donato Milanese, 8 marzo 2012

Icone del design MINI

Nel corso degli anni, lo styling dei modelli MINI ha prodotto un gran numero di icone di design che sono diventate veri e propri sinonimi del brand e, in alcuni casi, elementi distintivi di ogni vettura. Complessivamente, questi elementi iconici hanno contribuito a plasmare l'identità del marchio e dei suoi modelli.

Frontale

Dominato da proiettori ellittici inseriti nel cofano, il muso della MINI è molto particolare. L'interpretazione contemporanea della classica griglia esagonale del radiatore gioca il suo ruolo nel definire l'aspetto accattivante della vettura. Altri elementi distintivi del frontale dell'auto comprendono un paio di "nei" nella forma di fendinebbia rotondi.



Forma a cuneo

Una linea della fiancata che sale dal davanti al dietro e finestrini che si riducono di altezza verso la parte posteriore producono la forma dinamica a cuneo tipica di MINI.



MINI

Comunicazione e P.R.

Un tetto “galleggiante”

Il design della parte superiore – la parte vetrata dell’abitacolo – crea l’impressione di una fascia di vetro che avvolge la vettura. I montanti A, B e C in nero lucido sono integrati nelle superfici vetrate. Il contrasto tra il colore della parte vetrata ed il tetto crea l’impressione di un tetto “galleggiante” appoggiato sulla sommità della vetratura stessa.



Portellino laterale

Questo elemento di design affonda le proprie radici fin dalle origini. Esso segue la linea della congiunzione saldata che scende diagonalmente lungo il pannello anteriore laterale della Mini classica.



Maniglie cromate delle portiere

Le maniglie cromate delle portiere della Mini classica sono state ripetutamente rivisitate, a tal punto da diventare delle vere e proprie icone. Come una stretta di mano, aprire la portiera di una MINI rappresenta il primo contatto fisico tra la vettura ed il suo guidatore.



MINI

Comunicazione e P.R.

Luci posteriori verticali

Le inconfondibili luci posteriori verticali rappresentano un ulteriore richiamo nostalgico alla Mini classica. Esse sono contornate da un'elegante cornice cromata saldata alla carrozzeria senza alcun collegamento diretto con giunzioni o saldature.



Posizionamento sulle ruote

La maneggevolezza da go-kart che ha reso tanto famosa MINI è la conseguenza del fatto che le ruote sono montate ai quattro angoli della vettura, proprio come in un go-kart. L'effetto a cascata del volume crescente della carrozzeria, dall'alto verso il basso, conferisce alla vettura la sua eccezionale tenuta di strada.



Elementi rotondi

Anche l'interno della vettura prende spunto dalla Mini classica per creare un allure autentico. Il design pulito degli strumenti di bordo rappresenta un elemento tipicamente MINI. Alcune forme ellittiche, che riprendono all'interno lo stile degli elementi rotondi esterni, aggiungono ulteriori tocchi distintivi.



MINI

Comunicazione e P.R.

Pulsanti a goccia

Il pannello di controllo con i tipici pulsanti a goccia aggiunge un'ulteriore originalità alla parte centrale del cruscotto, così come ai comandi collocati sul padiglione superiore.



Gioielli di icone

Una serie di finiture cromate e di dettagli estremamente curati sono incastonati come gemme nel design della vettura.



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)

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles 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 25 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 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 sette anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>