

Comunicato stampa N. M075/14

San Donato Milanese, 15 dicembre 2014

MINI joins PITTI Immagine

MINI e PITTI Immagine siglano una partnership fondata sulla comune attenzione per le tendenze unconventional, i dettagli original e la qualità premium

San Donato Milanese. Quando la tendenza chiama, MINI non si fa attendere: il marchio più unconventional sigla una partnership con PITTI Immagine e conferma la sua innata attenzione per i dettagli, la qualità e tutto ciò che fa moda.

Oggi, presso la sede di BMW Italia, Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia, e Raffaello Napoleone, Amministratore Delegato PITTI Immagine, hanno firmato l'accordo che legherà MINI e il mondo PITTI nel 2015.

Attraverso questo sodalizio MINI e PITTI Immagine sottolineano alcuni valori capaci di renderle realtà uniche ed inimitabili nei propri settori di appartenenza come la valorizzazione della tradizione classica unita alla continua ricerca di innovazione, la volontà di spingersi oltre per anticipare nuove tendenze, il coraggio di distinguersi superando le convenzioni e perseguendo la continua ricerca della qualità e dell'eccellenza nei dettagli.

“La partnership con PITTI Immagine sottolinea ancora una volta che MINI non è solo un'auto – dichiara Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia -. Da 55 anni MINI è vera e propria filosofia esistenziale ed originale, uno spazio vitale, un ampliamento a quattro ruote del proprio stile personale, un “abito” urbano che ci accompagna nella mobilità quotidiana e, persino, una creazione artistica. MINI è un'icona senza tempo, un marchio dalla tradizione unica, che sposa uno status unconventional nel segmento delle piccole auto premium ad una tecnologia pionieristica, diventando sinonimo di uso intelligente dello spazio, go-kart feeling e design autentico. Per questo motivo MINI è un oggetto di lifestyle globale capace di legarsi al mondo della moda come già accaduto in passato a partire dallo stretto rapporto con Paul Smith e Mary Quant negli “Swinging Sixties”, fino ad arrivare alle reinterpretazioni creative della MINI di oggi ad opera di stilisti internazionali come Roberto Cavalli, Dsquared2 o Fendi”.

Il primo appuntamento che sancirà la partnership tra MINI e PITTI Immagine sarà PITTI Uomo - manifestazione internazionale di riferimento per la moda maschile e i percorsi di lifestyle contemporaneo ormai giunta alla sua ottantasettesima edizione - che andrà in scena dal 13 al 16 gennaio 2015 presso la Fortezza da Basso di Firenze.

L'impegno di MINI a PITTI Uomo sarà focalizzato in modo particolare nella promozione di due eventi dedicati ai giovani e alle tendenze più unconventional: PITTI ITALICS e LATEST FASHION BUZZ.

Si tratta dell'iniziativa con cui PITTI Immagine promuove e supporta le nuove generazioni di fashion designer che progettano e producono moda in Italia, e dell'appuntamento che punta i riflettori su alcuni tra i più talentuosi e promettenti fashion designer internazionali di moda maschile.

MINI

Comunicazione e P.R.

Per ulteriori informazioni contattare:

Cristiana Lattuada
PR & Communication Coordinator MINI
Telefono: 02.51610.710 Fax: 02.51610.0710
E-mail: Cristiana.Lattuada@bmw.it

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

Il BMW Group

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2013, il BMW Group ha venduto circa 1.963 milioni di automobili e 115.215 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2013 è stato di 7,91 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 76,06 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2013, il BMW Group contava 110.351 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

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>