



Comunicato stampa N. M001/15

San Donato Milanese, 13 gennaio 2015

Il mondo MINI a PITTI Uomo

MINI apre le porte al mondo del fashion e del design italiano promuovendo nuovi talenti e nuove tendenze

San Donato Milanese. Dal 13 al 16 gennaio prende il via presso la Fortezza da Basso di Firenze l'ottantasettesima edizione di PITTI Uomo e viene sancita ufficialmente la partnership tra MINI e PITTI Immagine.

MINI ha scelto, infatti, PITTI Uomo - manifestazione internazionale di riferimento per la moda maschile e i percorsi di lifestyle contemporaneo - per abbracciare il mondo del fashion e del design italiano e confermarci marchio unconventional di tendenza.

La presenza di MINI a PITTI Uomo segna l'incipit di una nuova storia nel mondo della moda ed esprime al meglio alcuni valori che accomunano queste due realtà come la ricerca delle innovazioni, la volontà di spingersi oltre per anticipare nuove tendenze, il dinamismo e l'energia dei propri appassionati appartenenti alla cultura urbana ed amanti delle scelte decise.

MINI promuove PITTI ITALICS e LATEST FASHION BUZZ

L'impegno di MINI a PITTI Uomo è focalizzato sulla promozione di due eventi dedicati ai giovani talenti e alle tendenze più unconventional: PITTI ITALICS e LATEST FASHION BUZZ.

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

All'interno dell'evento, Anders Warming (Head of MINI Design), Beppe Angiolini (importante buyer e proprietario del famoso negozio Sugar di Arezzo) e Antonio Cristaudo (Marketing Development Manager di PITTI Immagine), decreteranno chi, tra i PITTI ITALICS e i LATEST FASHION BUZZ selezionati, meglio rappresenta i brand MINI e PITTI Immagine e avrà l'onore di accompagnare MINI con un progetto dedicato ad un'avventura esclusiva.

Inoltre, i designer di PITTI ITALICS vestiranno due MINI boys che daranno il benvenuto alle sfilate insieme a Spike, il simpatico bulldog mascotte ufficiale di MINI.

MINI Experience

Il sodalizio tra MINI e l'ottantasettesima edizione di PITTI Uomo andrà ben oltre alla promozione di giovani designer e proporrà una serie di attività a 360° tra cui l'accoglienza dei visitatori di PITTI Uomo in una MINI lounge aperta al pubblico con spazi dedicati a ristoro e relax, dove la scelta di materiali eco sostenibili e di risorse km 0 hanno l'obiettivo di valorizzarne qualità e ricchezza, coerentemente con le filosofie del brand.

Inoltre Spike e i MINI boys gireranno all'interno della Fortezza da Basso in cerca dei personaggi più eclettici, capaci di distinguersi e di stabilire tendenze.

Ogni personaggio individuato verrà fotografato e potrà condividere la foto sui social network. La raccolta degli scatti sarà proiettata anche nella MINI lounge.

MINI

Comunicazione e P.R.

Infine, nell'area esterna alla Fortezza, sarà possibile vedere la Nuova MINI 5 porte, ultima nata del marchio che amplia la gamma di modelli con una variante di carrozzeria completamente inedita.

Introdotta sul mercato ad ottobre, la Nuova MINI 5 porte non solo offre due porte supplementari e 5 posti, ma, soprattutto, più spazio interno per occupanti e bagaglio, permettendo nuove possibilità di utilizzo degli interni senza rinunciare al tipico go-kart feeling del brand in un modello premium del segmento delle vetture compatte.

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 2014, il BMW Group ha venduto circa 2.118 milioni di automobili e 123.000 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>