



Comunicato stampa N. M005/15

San Donato Milanese, 20 febbraio 2015

**MINI festeggia la partnership con C.P. Company  
con l'esclusivo evento "An Unconventional Move"**

Grande party organizzato insieme a L'uomo Vogue e GQ Italia per celebrare la partnership tra la massima espressione della libertà su strada e l'eccellenza dello sportswear made in Italy.

**Roma.** Ieri sera, giovedì 19 febbraio, numerosi ospiti, amici di MINI e Vip si sono ritrovati, presso la Serra di Villa Piccolomini a Roma, in occasione dell'evento "An Unconventional Move" e hanno applaudito la riuscita partnership tra MINI e C.P. Company.

L'esplosivo party è stato organizzato insieme a L'Uomo Vogue e a GQ Italia, per festeggiare una partnership tutta al maschile tra MINI, il marchio unconventional per definizione, capace di incarnare uno stile inconfondibile e di ispirare le persone anche al di fuori della strada, e C.P. Company, brand dell'azienda italiana FGF Industry e leader nel settore dello sportswear Made in Italy.

I numerosissimi ospiti sono stati accolti dai padroni di casa Federico Izzo, Sales & Brand Manager MINI, Enzo Fusco, Presidente di FGF Industry, Franca Sozzani, Direttrice de L'Uomo Vogue, e Carlo Antonelli, Direttore di GQ Italia, e hanno avuto il piacere di ammirare due personalizzazioni esclusive firmate MINI e C.P. Company.

Dalla fortunata partnership tra queste due aziende sinonimo di urban lifestyle sono nati, in una commistione tra moda e motori dedicata a lui, gli ospiti d'onore del party: la Goggle Jacket C.P. Company firmata MINI e un esemplare unico di MINI Countryman.

Gli sguardi di tutti i presenti sono stati ipnotizzati dalla sagoma inconfondibile di MINI Countryman, la vettura "multi-talento" capace di vivere una mobilità versatile e uno stile di vita attivo, che, per l'occasione, è stata personalizzata C.P. Company con una verniciatura esterna Jungle Green e Arancio Vitaminico ed interni esclusivi ispirati alle caratteristiche inconfondibili dell'iconica Goggle Jacket come la lente, il trapunto, la tasca e i materiali.

Inoltre, per suggellare lo spirito della collaborazione secondo i payoff "MINI Countryman wears C.P. Company" e "C.P. Company drives MINI Countryman", durante l'evento, dieci modelli hanno indossato la Goggle Jacket C.P. Company firmata MINI suscitando le invidie dei presenti.

I numerosi ospiti e amici di MINI hanno ballato fino a tarda notte e hanno festeggiato in perfetto unconventional style un progetto esclusivo in grado di comunicare come la migliore definizione della libertà su strada possa incontrare un'eccellenza dello stile Made in Italy.

Immagini gentilmente concesse da SGP per L'Uomo Vogue e GQ Italia e disponibili sul sito Media Press [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) .

# **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](mailto:Cristiana.Lattuada@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://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](http://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>