



Comunicato stampa N. M012/15

San Donato Milanese, 16 giugno 2015

## **MINI loves Pitti Esclusivo: MINI Gentleman's Collection all'88° Pitti Uomo di Firenze**

**Monaco/Firenze.** Guidare una MINI equivale a prendere una posizione. Ed ora si può dire la stessa cosa di chi veste MINI. In occasione dell'88° Pitti Uomo, MINI si è incontrata con sei giovani italiani talentuosi e con i vertici della fiera di moda maschile Pitti Uomo per disegnare la prima MINI Capsule Collection. I risultati sono stati sei accessori premium che coniugano la maestria artigianale italiana con dettagli creativi ed innovativi, ispirati alla Nuova MINI Clubman.

### **La tradizione incontra l'avanguardia**

Sono giovani, amano tutto ciò che è unconventional e sono maestri nella propria arte: in una partnership simbiotica, le personalità creative responsabili dei marchi SuperDuper, TYG Spectacles, Alberto Premi e Pijama, insieme alla creatrice di fragranze Paola Bottai e al team Proraso con l'illustratore Pietro Nicolaucich, si sono unite a MINI per disegnare e creare la “MINI Gentleman's Collection inspired by MINI Clubman”. Ciò che ne è scaturito è stata una serie di pezzi classici di moda che incontrano uno stile moderno di design. I designer hanno preso ispirazione dalla realtà pulsante della moda italiana, dalla tradizionale maestria sartoriale maschile e dalla grande capacità artigianale (da tutti egualmente espressa) e dalla Nuova MINI Clubman che festeggia la sua anteprima mondiale nel 2015. I sei accessori da uomo comprendono un cappello, un paio di occhiali da sole, un paio di scarpe, una borsa, un profumo e un kit per la rasatura.

### **SuperDuper: il cappello da Gentleman**

La sua forma arrotondata è un classico, i suoi materiali sono di alta qualità: il cappello da uomo rappresenta un gioiello creativo. È stato realizzato a mano utilizzando un feltro di prima scelta e metodi tradizionali. La fascia interna trova ispirazione nella pelle degli interni premium della Nuova MINI Clubman, mentre la doppia cucitura colorata trova spunto da un altro elemento caratteristico di MINI.

L'etichetta SuperDuper, fondata a Firenze nel 2011 da Ilaria Cornacchini, Veronica Cornacchini e Matteo Gioli, è nota per saper coniugare la tradizionale modisteria con il design moderno e con dettagli che colpiscono.

### **Occhiali TYG: gli occhiali da sole per il Gentleman**

Gli occhiali da sole sono un accessorio indispensabile per l'uomo e quelli proposti da TYG abbinano acetato di alta qualità con metallo spazzolato per conferire un tocco sportivo personalizzato ed elegante, mentre la loro forma ellittica ed il design minimalista riprendono elementi di design della nuova MINI Clubman.

L'acronimo “TYG” significa “Three Young Gentlemen,” con riferimento ai tre fondatori di questa marca di occhiali italiani. Tutti e tre hanno un proprio stile personale ma condividono la stessa visione: la creazione di occhiali da sole premium capaci di essere senza tempo e contemporanei. Vengono realizzati esclusivamente con materiali rifiniti a mano provenienti dall'azienda legata alla tradizione Mazzucchelli di Varese e con le lenti di altissima qualità Carl Zeiss Vision.

# **MINI**

## **Comunicazione e P.R.**

### **Alberto Premi: scarpe da Gentleman**

Le scarpe della MINI Gentleman's Collection hanno uno stile urban ed allo stesso tempo elegante. Sono realizzate con una tomaia in pelle di prima qualità unita ad una moderna suola ultraleggera.

Creare scarpe è nel DNA di Alberto Premi, suo padre è stato infatti un produttore di calzature per oltre 30 anni. Con il suo background nel mestiere di calzolaio, Premi – come MINI – propone materiali innovativi, abbinamenti di colore unconventional e dettagli speciali. Questa ricetta è un successo garantito: all'87° Pitti Uomo nel mese di gennaio 2015, MINI e Pitti l'hanno votato come il giovane designer più talentuoso.

### **Pijama: la borsa da Gentleman**

“Flessibilità con stile” è probabilmente il miglior appellativo per la borsa della MINI Gentleman's Collection, creata appositamente quest'anno per celebrare il progetto e che può essere usata come zaino, portadocumenti o tracolla. Il suo ingegnoso sistema interno offre il massimo spazio, proprio come la Nuova MINI Clubman: notebook, smartphone o occhiali da sole, tutto ha una sua collocazione e ogni cosa è ben protetta grazie all'utilizzo del neoprene come materiale base per l'elegante tessuto con cui è rivestita.

Il brand Pijama è stato ideato nel 2006 dalla designer Monica Battistella e dall'architetto Sergio Gobbi. Il loro marchio distintivo è costituito dal neoprene accoppiato ad un'ampia gamma di tessuti.

### **Paola Bottai: il profumo da Gentleman**

“Di classe, cosmopolita e un po' misterioso”: così la creatrice italiana di profumi Paola Bottai descrive il profumo della MINI Gentleman's Collection. Contiene note di legno, ma anche spezie che richiamano alla mente terre lontane, perché il gentleman MINI, dice Bottai, “lascia che i dettagli parlino da soli”.

Paola Bottai si è specializzata in profumi maschili ed è stata sempre affascinata dal mondo delle fragranze. Ha imparato il suo mestiere nella capitale dei profumi, all'Istituto di Profumeria di Grasse nel sud della Francia e da allora ha creato fragranze di carattere per prodotti diversi, dai profumi classici ai balsami da barba.

### **Proraso: il kit per la rasatura del Gentleman**

L'utilizzo di un rasoio affilatissimo rappresenta il metodo più antico e più impegnativo per la rasatura, quello più naturale per qualsiasi gentiluomo. La cura dell'aspetto del proprio viso assume una nota particolarmente importante con il kit vintage da rasatura della MINI Gentleman's Collection, che consiste in un classico pennello da barba, una crema pre-rasatura, una crema da barba ed una lozione dopobarba. La confezione del kit è stata disegnata dall'illustratore italiano Pietro Nicolaucich.

I prodotti dell'azienda Proraso, con sede a Firenze, sono i classici della rasatura tradizionale e sono in grado di garantire una rasatura delicata e profonda. Per oltre 70 anni l'azienda italiana ha custodito come un tesoro la sua formula di qualità basata sull'olio di eucalipto.

Pietro Nicolaucich utilizza principalmente pastelli ed acquarelli nel suo lavoro e vanta clienti come Moschino, Sisley, Benetton, Etnies e Nike. È conosciuto per le sue illustrazioni antropomorfe di animali; e sul kit di rasatura Proraso per MINI da lui disegnato appaiono dettagli tipici di uomini sportivi come pipe e baffi.

# **MINI**

## **Comunicazione e P.R.**

### **MINI e Pitti Immagine**

Pitti Immagine è una fiera annuale che si tiene in Italia, focalizzata sul mondo della moda e Pitti Uomo, evento di moda maschile, ha luogo a Firenze due volte l'anno fin dal 1972. Qui vengono promosse giovani griffe in ascesa e unconventional. La partnership tra MINI e Pitti Immagine, che abbraccia tutta una serie di progetti, è stata lanciata nel gennaio 2015. In occasione dell'87° Pitti Uomo, per esempio, MINI e Pitti hanno conferito il premio di più talentuoso giovane designer a Alberto Premi, che ha in seguito presentato la sua innovativa collezione di scarpe in una Special MINI Edition in occasione del Salone del Mobile di Milano nell'aprile 2015.

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](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 2014 è stato di 8,71 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 80,40 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2014, il BMW Group contava 116.324 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>