



Comunicato stampa N. M004/16

San Donato Milanese, 23 febbraio 2016

MINI e MAXXI, una partnership in nome del design

In occasione della presentazione delle mostre e delle attività di MAXXI per il 2016, viene annunciata la partnership tra il Museo e MINI.

Una reading room brandizzata MINI accompagnerà i visitatori nel viaggio culturale del Museo.

San Donato Milanese. Sin dalla Mini Classica disegnata dalla matita di Sir Alec Issigonis nel 1959, ogni MINI è molto più di un'icona automobilistica. Rappresenta una vera e propria filosofia esistenziale, uno spazio vitale, un oggetto d'arredamento urbano e, persino, una creazione artistica. Per ribadire la sua vocazione, MINI ha avviato una partnership con il MAXXI di Roma, realtà con la quale condivide valori comuni legati al mondo del design, dell'arte e delle nuove tendenze.

La partnership viene annunciata oggi, 23 febbraio 2016, in occasione della conferenza stampa in cui il Presidente della Fondazione MAXXI, Giovanna Melandri, insieme al Direttore Artistico Hou Hanru, presentano le mostre e le attività del Museo per il 2016.

“La collaborazione con MAXXI è quasi naturale per noi perché condividiamo con il Museo non solo la passione per il design, ma anche l'artista che ha realizzato questo magnifico luogo, Zaha Hadid, che per noi ha realizzato la fabbrica di Lipsia. È particolarmente significativo poi – racconta Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia S.p.A. – che questa partnership nasca proprio nel 2016, quando celebriamo i 100 anni del BMW Group e i 50 anni di BMW in Italia. Siamo orgogliosi di cooperare con le più importanti istituzioni culturali del Paese, e il MAXXI è una di queste”.

Il MAXXI Museo nazionale delle arti del XXI secolo è la prima istituzione nazionale dedicata alla creatività contemporanea, che propone un palinsesto ricco di esposizioni, workshop, convegni, laboratori, spettacoli, proiezioni, progetti formativi all'interno del quale si colloca anche la presenza di MINI.

MINI e MAXXI

MINI è la trasposizione di un lifestyle globale e trasversale che viene amato da persone di culture, lingue ed estrazioni sociali diverse. Da sempre attenta all'arte e al design, MINI ha una grande predisposizione alla ricerca e all'innovazione, anticipando le ultime tendenze. Valori che la accomunano al MAXXI e che la compatto premium britannica oggi rivive anche con la Nuova MINI Clubman.

“MINI ha una forte connotazione di heritage, ma al tempo stesso è da sempre terreno fertile per esperimenti creativi – spiega Federico Izzo, Head of MINI - e ha scelto di unirsi a MAXXI in quanto luogo di valorizzazione del patrimonio culturale, ma, al tempo stesso, laboratorio di sperimentazione, innovazione e produzione di nuovi contenuti estetici contemporanei”.

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

Il connubio apre a MINI una nuova opportunità per spingersi ancora una volta oltre i confini del semplice “oggetto automobile” e, per questo motivo, insieme al MAXXI è stato scritto un vero e proprio “Manifesto”, che esalta i valori comuni su cui si basa la partnership:

“Opposti solo nei nomi, speculari nei valori che li animano.

Come MINI da sempre sfida i canoni culturali del tempo, così MAXXI si inserisce in una Roma millenaria per affermarsi come luogo aperto, dove le pratiche artistiche diventano laboratorio di futuro.

Ecco dunque che i loro percorsi volti a promuovere avanguardia, sperimentazione e innovazione si incontrano, in un viaggio che vuole contribuire alla creazione di nuovi linguaggi e alla visione di mondi nuovi.”

Uno spazio culturale di formazione powered by MINI

MINI, partner dei Public Programs di MAXXI, ossia di tutti quegli appuntamenti parte integrante della programmazione che approfondiscono e arricchiscono i temi sviluppati dalle mostre, ha scelto di allestire una reading room per dare un valore aggiunto al momento di formazione culturale dei visitatori del Museo. Verrà, infatti, creato uno spazio itinerante, dedicato a meeting e conferenze di arte e design, ma anche un luogo di sharing sempre disponibile per i visitatori, dove trovare materiale informativo sulle mostre. Durante l’anno verranno poi realizzate iniziative specifiche volte a valorizzare i due mondi, MINI e MAXXI, e ad avvicinare i rispettivi clienti e visitatori.

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 e 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 2015, il BMW Group ha venduto circa 2,247 milioni di automobili e 137.000 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
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>