



Comunicato stampa N. M021/16

San Donato Milanese, 30 giugno 2016

**MINI partner della Triennale di Milano inaugura la MINI Creative Area**

In occasione della conferenza stampa di presentazione dei risultati di metà percorso della XXI Triennale International Exhibition, MINI annuncia la partnership tra il polo culturale e il brand automobilistico ed inaugura la MINI Creative Area

**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 sceglie la Triennale di Milano come partner istituzionale e condivide con il polo culturale milanese valori comuni legati al mondo del design, dell'arte e delle nuove tendenze.

La Triennale di Milano, l'istituzione italiana per l'architettura, le arti decorative e visive, il design, la moda e la produzione audiovisiva, si distingue per essere un vero e proprio centro di produzione culturale che organizza convegni, rassegne cinematografiche, esposizioni itineranti e mostre, e che propone un ricco palinsesto all'interno del quale si colloca anche la presenza di MINI.

Un'affinità elettiva, un incontro che guarda oltre l'identità e la complementarità dei soggetti, comunicando una sintonia vibrante ed immediata. Quella tra MINI e la Triennale di Milano è una partnership che si arricchisce di questi valori: una sinergia tra due mondi capace di diventare vera e propria comunione di linguaggi e creatività.

La ricerca di MINI, come brand e prodotto design-oriented, guarda a una continua sperimentazione e a un'interpretazione delle tendenze capace di esprimere e anticipare lo spirito del tempo, lo Zeitgeist. Per questo motivo MINI sceglie la Triennale di Milano, un'istituzione culturale dedicata al progetto, al design, alla contemporaneità, sempre attenta alla relazione con la città e ai rapporti d'interazione con industria e arti applicate.

Entrambe in continua evoluzione, MINI e la Triennale di Milano diventano così punto di riferimento per chi vuole avvicinarsi al design e comprendere le forme più contemporanee dei suoi linguaggi.

Giovedì 30 giugno, in occasione della presentazione dei risultati di metà stagione di eventi, mostre ed esposizioni 2016 presso la Triennale di Milano, il brand britannico inaugura la propria partnership con il polo culturale milanese.

Il primo progetto comune si concretizza nel supporto di MINI alla ristrutturazione del foyer del Teatro dell'arte della Triennale di Milano, per realizzare, insieme al progettista Jacopo Foggini, la **MINI Creative Area**, uno spazio che vuole essere un'area di condivisione e di relazione, un ambiente stimolante che si apre sempre di più alla creatività milanese, in primis, ed italiana. Gli spunti e stimoli che verranno lasciati da giovani designer o creativi che fruiranno di questo ambiente, con accesso gratuito e sempre aperto, saranno poi valutati da MINI per progetti futuri legati al mondo del design.

La presenza di MINI presso il polo culturale milanese sottolinea anche l'attenzione del brand automobilistico nei confronti del cliente tramite un'altra esperienza unica: la **Premium Delivery** presso la Triennale di Milano.

Arte e design per MINI significano ricerca e innovazione, un'attenzione alle ultime tendenze che

# MINI

## CORPORATE COMMUNICATIONS

ha da sempre caratterizzato la piccola premium compatta e che ora rivive anche con la Nuova MINI Clubman: per questo da oggi i clienti MINI Clubman potranno scegliere di ritirare la propria vettura all'interno della MINI Creative Area, con una consegna esclusiva.

MINI che è una realtà dinamica, in continuo movimento, capace di ampliare la sua visione e il suo modo di concepire le cose, spingendosi ancora una volta oltre i confini del semplice "oggetto automobile", cerca così di assorbire nuovi stimoli e spunti creativi grazie al rapporto con la Triennale di Milano.

Infine, MINI e la Triennale di Milano siglano un Manifesto, per sancire la comunanza di valori e per raccontare l'iniziativa realizzata in comune:

### MINI INCONTRA LA TRIENNALE DI MILANO

Due realtà che nella loro interpretazione del design hanno saputo esprimere e anticipare lo spirito del tempo, lo Zeitgeist, vero e proprio fattore propulsivo della loro visione: sperimentazione e innovazione, dinamismo e capacità di anticipare le tendenze.

È per questo che MINI incontra la Triennale di Milano, una sintonia vibrante ed immediata, un'affinità elettiva che diventa vera e propria comunione di linguaggi e creatività.

Entrambe in continua evoluzione, MINI e la Triennale di Milano diventano così punto di riferimento per chi vuole avvicinarsi al design e comprendere le forme più contemporanee dei suoi linguaggi.

### MINI CREATIVE AREA

Proprio il linguaggio è ciò che ha ispirato il **MINI Creative Area**, o meglio ancora una parola: **foyer**. L'aspirazione: restituire tutti quei valori legati al significato primario del termine, ovvero il "focolare". La **condivisione**, la **possibilità di ritrovarsi, ma anche di poter godere di un momento per se stessi** e rilassarsi in solitudine. Uno spazio senza tempo, un ambiente classico immerso in un'atmosfera calda dalle sfumature ambrate, in cui materiali nobili come il parquet e il cuoio incontrano in punta di piedi l'iconica carta da parati Fornasetti Ex libris, **in un mix moderno in perfetto stile MINI**.

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 31 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 2015 è stato di 9,22 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 92,18 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2015, il BMW Group contava 122.244 dipendenti.

# **MINI**

## **CORPORATE COMMUNICATIONS**

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>