

Comunicato stampa N. M001/18

San Donato Milanese, 09 gennaio 2018

MINI Joins Pitti Uomo 93

MINI rinnova la partnership con Pitti Immagine in occasione della novantatreesima edizione di Pitti Uomo, che avrà luogo dal 9 al 12 gennaio 2018 nella cornice della Fortezza da Basso di Firenze.

Firenze. MINI rinnova anche per il 2018 la partnership con Pitti Immagine e conferma un sodalizio tra due istituzioni che hanno sviluppato una serie di progetti comuni condividendo la stessa passione per la ricerca dell'innovazione e l'innata attenzione ai dettagli, la qualità e la volontà di spingersi oltre per anticipare le nuove tendenze.

MINI e Pitti Immagine insieme per puntare sui nuovi talenti

Passione, innovazione e ricerca creativa sono l'espressione del sodalizio tra MINI e Pitti Immagine, che unisce due mondi accomunati da valori e obiettivi da sempre legati a un approccio lifestyle contemporaneo.

In occasione di Pitti Uomo 93, in scena dal 9 al 12 gennaio nella cornice della Fortezza da Basso di Firenze, la partnership tra le due realtà prosegue con una serie di progetti per il 2018 sulle tendenze lifestyle più aggiornate e sulla nuova cultura urbana: focus sui nuovi talenti del fashion ispirati dal tema **MINI FASHION. Rethinking Identity. New perspectives on our DNA.** A Pitti Uomo 93 quattro talenti emergenti reinterpretano il DNA di MINI con capi fashion, traducendo i principi fondamentali del brand in creazioni dal carattere unico ed emozionante, in perfetto stile MINI.

MINI sarà presente, anche per questa edizione, presso Piazzale delle Ghiaie, con una location rinnovata e concepita come laboratorio creativo di idee, che ospiterà i designer con le proprie creazioni, i quali avranno così l'occasione di raccontare il proprio progetto.

Sostenere i giovani talenti emergenti rimane la *mission* di MINI.

Il DNA di MINI: fonte di ispirazione

Inventive Spirit, Iconic Design, Creative Use of Space, Go-kart Feeling e Minimal Footprint sono i principi attorno ai quali MINI ha costruito la propria identità, l'iconicità e la forza del proprio brand.

Inventive Spirit. È lo spirito dei pionieri come Sir Alec Issigonis e John Cooper, che con le loro intuizioni hanno sfidato senza sosta il presente per anticipare il futuro.

Iconic Design. Grazie al suo design senza tempo, MINI reinterpreta lo spirito di ogni epoca conservando un carattere autentico. Un immediato, iconico *real-world* design che cambia, rivela e pone nuove sfide.

Creative Use of Space. Superare i limiti e le aspettative. MINI è sempre alla ricerca di soluzioni creative e funzionali per massimizzare il potenziale dello spazio e delle risorse attorno a noi.

Go-kart Feeling. Andare sempre alla ricerca di esperienze uniche, emozionanti, quasi viscerali, e soprattutto autentiche. Il vero e sano divertimento come ragione principale.

Minimal Footprint. MINI ricerca risposte alle complesse sfide del nostro tempo, sviluppando una forte coscienza ed equilibrio tra innovazione e sostenibilità.

Quattro cromosomi per quattro talenti emergenti

MINI FASHION prende vita a partire proprio da questi principi, per continuare a sfidare le convenzioni con idee sorprendenti e mosse da curiosità, creatività e spirito d'innovazione.

MINI invita quattro giovani designer ad interpretare, secondo la propria idea di fashion, quattro tra i principi del DNA di MINI, dando vita a dei capi unici e senza tempo, ideali per lo

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

urban traveller odierno e le sue esigenze. MINI, emblema dello *urban travelling*, diviene vera fonte d'ispirazione che punta a proporre soluzioni creative per gli *urban traveller* di oggi e per ogni loro avventura.

Inventive Spirit – Vïen

Vïen esprime in questo progetto tutta la sua passione per il Giappone. Destruuttura e riassembla l'abito da uomo per dargli una nuova vestibilità e vederlo da una prospettiva diversa. Grazie al suo stile unico e innovativo, armonizza tessuti e materiali contrastanti, arricchendoli di dettagli inaspettati come inserti in ovatta e cuciture in stile giapponese.

Iconic Design - Rebecca Langebaek

La designer danese è affascinata dall'idea di una moda iconica. Il suo concept consiste in un viaggio nel tempo, per reinventare la T-shirt grazie a una combinazione di dettagli personalizzabili, che rappresentano una nuova visione dell'originale trasportandolo in un contesto contemporaneo.

Creative Use of Space - Kristian Guerra

La ricerca estetica del designer è un mix sorprendente tra innovazione tecnica e street culture di matrice italiana. Il suo parka modula le imbottiture e gli spazi in modo creativo e funzionale, interpretandoli da più angolazioni per esaltarne le caratteristiche e portare la funzione alla sua essenza.

Minimal Footprint - Bav Tailor

Designer londinese, abbina antiche tecniche di sartoria con materiali e tecnologie moderni ed eco-sostenibili. Il suo "Nomad Coat" racconta una storia attraverso il processo di produzione, il suo design essenziale e i materiali pregiati certificati per un impatto minimo sull'ambiente, ispirando le persone e rendendole parte di un movimento positivo.

Per ulteriori informazioni contattare:

Chiara Nucita

PR & Communication MINI

Telefono: 02.51610.276 Fax: 02.51610.0276

E-mail: Chiara.Nucita@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, 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 31 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2016, il BMW Group ha venduto circa 2.367 milioni di automobili e 145.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte è stato di 9,67 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 94,16 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2016, il BMW Group contava 124.729 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>