



Comunicato stampa

San Donato Milanese, 21 giugno 2018

MINI sponsor della mostra “Epoca Fiorucci”

MINI sostiene, in qualità di sponsor, la mostra “Epoca Fiorucci”, in scena dal 23 giugno al 6 gennaio 2019 presso Ca’ Pesaro - Galleria Internazionale d’Arte Moderna, Venezia, contribuendo alla pubblicazione del catalogo della mostra.

San Donato Milanese. MINI e Fiorucci hanno molto in comune. Cresciuti negli irreverenti anni Sessanta, condividono lo stesso spirito libero, entrambi aperti alla contaminazione e fusione di mondi diversi come design, fashion, arte e cultura.

Da qui la volontà di sostenere, attraverso il contributo alla pubblicazione del catalogo, la mostra “**Epoca Fiorucci**”, in scena dal 23 giugno al 6 gennaio 2019 presso Ca’ Pesaro - Galleria Internazionale d’Arte Moderna di Venezia, che racconterà attraverso un originale percorso e un intrigante dialogo tra moda e cultura, la pirotecnica creatività e lo spirito non convenzionale di Elio Fiorucci.

MINI sponsor della mostra “Epoca Fiorucci”.

MINI e Fiorucci: due icone degli anni Sessanta che condividono la stessa anima libera, entrambe aperte alla contaminazione di mondi diversi come design, fashion, arte e cultura. È da qui che nasce la volontà di essere parte di un progetto così creativo e coerente con il mondo MINI, contribuendo alla pubblicazione del catalogo della mostra. La mostra “Epoca Fiorucci” racconterà, attraverso un percorso originale e un intrigante dialogo tra moda e cultura, la creatività e lo spirito non convenzionale di Elio Fiorucci. Il celebre stilista milanese scomparso nel 2015, da molti definito il “paladino della moda democratica”, fu una personalità unica in questo campo, capace di rivoluzionare la moda e il mercato – quando alla fine degli anni Sessanta portò a Milano lo spirito libero e trasgressivo della Swinging London – e di formare il gusto di almeno due generazioni di giovani. Le sue idee innovative, le proposte sempre all’avanguardia rispetto agli input del pronto-moda, l’apertura ad altri mondi e culture, da cui traeva ispirazione, lo rendevano un fuoriclasse. Poi c’era la passione per l’arte e l’architettura contemporanea, che portò Fiorucci a circondarsi di architetti come Sottsass, Mendini, Branzi, De Lucchi – grandi innovatori al pari suo – o di artisti del calibro di Keith Haring, Jean-Michel Basquiat, Andy Warhol, ai quali non chiedeva “opere” ma contributi creativi per realizzare luoghi, narrazioni, eventi dove protagonisti erano la persona e i suoi desideri.

Fiorucci è stato così il primo “stilista” a livello internazionale ad affidare ai più grandi architetti, grafici e designer la rappresentazione e la comunicazione dei suoi capi e accessori d’abbigliamento, intesi come estensione delle persone e della loro identità. Dal 23 giugno al 6 gennaio 2019, “Epoca Fiorucci”, nelle sale del palazzo veneziano affacciato sul Canal Grande, ripercorrerà tutta la storia dello stilista, con un’antologia unica di prodotti, oggetti, manifesti, documentazione di eventi.

MINI: iconicità, creatività e propensione a spingersi oltre.

Quando la prima Mini Classica andò sul mercato nel 1959, nessuno avrebbe mai immaginato che il concetto di una piccola auto rivoluzionaria si sarebbe trasformato in una delle più impressionanti storie di successo del settore automobilistico.

Mini è nata semplice, dalla geniale e fortunata intuizione di Sir Alec Issigonis. Dall’esordio ad oggi è cresciuta. Si è evoluta. Pur rimanendo al passo con i tempi è profondamente

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

cambiata. Ha continuato a trasportare intere generazioni, facendosi carico di sogni, emozioni, desideri, realtà, cambiando il mondo delle auto, del design e il senso stesso della mobilità urbana rendendola contemporanea.

MINI è da sempre un esempio di *urban brand*, e come tale è interessato a ciò che circonda la quotidianità urbana delle persone, impegnandosi a trovare soluzioni creative per rendere la loro vita sempre più brillante. Questa capacità di trovare idee e soluzioni creative è insita nel DNA di MINI. C'è da sempre, fin dai suoi albori.

Negli ultimi anni, MINI ha deciso di unirsi ai creativi per portare qualcosa di innovativo e sfidante nel mondo contemporaneo, trascendendo il perimetro automobilistico e andando a esplorare nuovi mondi. E lo ha fatto grazie a quella eredità culturale e a quella propensione a spingersi oltre i confini che l'ha portata oggi ad essere definita una vera e propria icona. Dalla volontà di andare *Beyond the Car* nascono **MINI FASHION** e **MINI LIVING**.

MINI FASHION prende vita da principi come la passione per l'innovazione, l'attenzione al dettaglio e la qualità, oltre alla capacità condivisa di anticipare le nuove tendenze e per continuare a sfidare le convenzioni con idee sorprendenti e mosse da curiosità, creatività e spirito d'innovazione. A partire da gennaio 2015, MINI è partner di Pitti Immagine ed è presente a Pitti Uomo, l'evento che si concentra esclusivamente sulla moda maschile e ha luogo a Firenze dal 1972 due volte l'anno. Durante questi appuntamenti, MINI presenta i suoi progetti con la volontà di promuovere il talento dei giovani designer emergenti, che condividono con il Brand valori e visioni.

MINI LIVING affronta una sfida costante delle grandi città, la scarsità di spazio abitativo attraente ed economicamente accessibile, proponendo al tempo stesso una possibile soluzione: un moderno concept di live sharing. Si tratta un'iniziativa lanciata nel 2016 con l'obiettivo di concepire soluzioni architettoniche creative per il lifestyle urbano del futuro. BUILT BY ALL è la terza installazione presentata all'ultimo Salone del Mobile di Milano, dopo MINI LIVING – BREATHE nel 2017 e MINI LIVING – DO DISTURB nel 2016. Il primo vero e proprio progetto abitabile aprirà le sue porte a Shanghai nel 2019. Si tratta di edifici industriali convertiti su un'area di poco meno di 8.000 metri quadrati.

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 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2017, il BMW Group ha venduto oltre 2.463.500 automobili e più di 164.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2017 è stato di circa 10,655 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 98,678 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2017, il BMW Group contava 129.932 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

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>