



Comunicato stampa

San Donato, 09 ottobre 2018

MINI partner di Sneakerness il 6 e 7 ottobre agli spazi di Fabbrica Orobia a Milano.

MINI, icona nel mondo della mobilità urbana, è stata partner di Sneakerness, il primo appuntamento italiano del festival di sneaker culture più seguito a livello internazionale, che ha visto oltre 10.000 visitatori.

San Donato. Da sempre MINI non è solo una semplice vettura, ma è espressione di uno stile di vita estroverso e contemporaneo, che dal 1959, quando la prima Mini classica andò sul mercato, ha trasformato il concetto di una piccola auto in una delle più grandi storie di successo del settore automobilistico.

MINI è diventata ed è rimasta per quasi sessant'anni una vettura unica ed iconica nel mondo della mobilità urbana cambiando il mondo delle auto, del design e il senso stesso della mobilità urbana, rendendola contemporanea e prestandosi ad infinite personalizzazioni in termini di colorazioni, materiali e finiture.

MINI ha costruito la propria identità, iconicità e forza basando il proprio DNA su cinque principi cardine: innovazione, design iconico, uso creativo dello spazio, Minimal Footprint e Go-kart Feeling.

Ovvero MINI mantiene la promessa di innovazione, sostenibilità e contemporaneità, pur restando fedele al carattere autentico che l'ha sempre contraddistinta, andando sempre alla ricerca di soluzioni creative e funzionali per massimizzare il potenziale dello spazio e delle risorse, mantenendo il vero e sano divertimento di guida come ragione principale.

Un fenomeno simile a MINI è quello delle sneaker, che hanno cambiato radicalmente ruolo nel mondo della moda e della cultura negli anni 60 diventando un accessorio indispensabile per definire lo urban style e l'iconografia delle ultime generazioni, non solo grazie alla comodità, ma anche al design, ai materiali e alla forma.

La comunanza di valori tra questi due mondi, ha portato MINI ad essere partner di Sneakerness, l'evento più seguito di sneaker culture a livello internazionale che ha visto la prima edizione italiana il 6 e il 7 ottobre negli spazi di Fabbrica Orobia a Milano, con oltre 10.000 visitatori.

Sneakerness è un evento unico nel suo genere, che raduna fan di scarpe che provengono da differenti comunità ma che sono uniti da una unica passione, per ammirare modelli vintage, prototipi unici o farsi trasportare da nuovi design e ispirazioni.

È un happening dedicato alla compravendita di 'kicks' ad alto contenuto di valori: ovvero scarpe rare, in limited edition, numerate, autografate, pezzi storici, modelli introvabili, collaborazioni prestigiose, il tutto combinando la moda con musica, Dj set e talk con influencer.

MINI ha scelto Sneakerness quale campo per il MINI Urban Tennis Kit, pensato per rompere gli schemi e le convenzioni del tradizionale tennis, in grado di trasformare uno spazio urbano in un vero e proprio campo da tennis portatile, realizzato in collaborazione con World Club Tennis.

Due volte al giorno si sono tenute nell'area esterna di Fabbrica Orobia live performance di tennisti che, da una MINI 3 porte e una MINI 5 porte, hanno estratto e montato il kit, per

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

improvvisare una partita di tennis live.

Due personaggi influenti, WAD, di Radio DeeJay e Luca Santeramo sono stati inoltre ospiti di MINI, intrattenendo il pubblico durante le performance live.

Per ulteriori informazioni contattare:

Cristiana Raffaella Lattuada

PR & Communication Coordinator MINI

E-mail: cristiana.lattuada@bmw.it

Tel: +39-02-51610-710

Fax: +39-02-51610-0710

Media website: <http://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.

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.

<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>