

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

Comunicato stampa

San Donato Milanese, 08 ottobre 2019

MINI rinnova la partnership con Sneakerness il 5 e 6 ottobre agli spazi di Fabbrica Orobia a Milano.

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

San Donato Milanese. Dopo il successo della prima edizione, MINI ha scelto di rinnovare la sua partnership con **Sneakerness**, l'evento più seguito di sneaker culture a livello internazionale che ha visto la seconda edizione italiana il **5 e il 6 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.

Non solo rarità e limited edition da poter ammirare e acquistare grazie a collezionisti provenienti da tutta Europa, ma anche brand internazionali, sneaker shop, mostre, expo, custom, talk, musica, street food, drink e divertimento, per poter celebrare, vivere, respirare la sneaker culture in ogni suo aspetto.

Un mondo che MINI ha deciso di sposare nuovamente quest'anno con l'obiettivo di parlare sempre più spesso con un target giovanile, attraverso uno degli oggetti più amati nel mondo della moda urban.

MINI non è solo una semplice vettura, ma è espressione di uno stile di vita estroverso e contemporaneo, diventando ed è rimanendo per 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.

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.

MINI ha scelto Sneakerness quale occasione per realizzare un campo da basket, sport che ha sempre avuto un ruolo fondamentale nella street culture originatasi dalle periferie e dai quartieri degradati statunitensi.

Proprio dal basket nasce infatti la cultura delle sneaker e, più in generale, dello streetwear.

Per l'occasione MINI ha anche realizzato una one-off, prodotta in collaborazione con il collettivo **Chinatown Market** e svelata sabato alle ore 13, con un bagagliaio pieno di palloni per dare il via a numerose sfide di basket sul playground giallo-nero, aperte al pubblico.

Chinatown Market è stato fondato dal designer Michael Cherman e rispecchia lo spirito selvaggio e ribelle della Canal Street di New York. Con il suo design trash-ironico, il marchio da streetwear, divenuto famosissimo per l'utilizzo dello Smile, grazie alla ormai consolidata collaborazione con l'azienda Smiley, offre una panoramica sullo spirito e lo charme di NYC.

MINI
CORPORATE COMMUNICATIONS

Per ulteriori informazioni:

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. Il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 14 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2018, il BMW Group ha venduto oltre 2.490.000 automobili e oltre 165.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2018 è stato di 9,815 miliardi di Euro con ricavi per 97,480 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2018, il BMW Group contava un organico di 134.682 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 5 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>