



Comunicato stampa
Milano, 29 ottobre 2019

MINI sostiene Food for Soul nell'impegno contro lo spreco alimentare e l'isolamento sociale.

MINI annuncia la partnership con Food for Soul, primo progetto di Corporate and Social Responsibility del brand britannico, per promuovere l'inclusione sociale e la sostenibilità.

Milano. MINI e Food for Soul, organizzazione non profit fondata da Massimo Bottura e Lara Gilmore, sono lieti di annunciare il sostegno di MINI per le attività di inclusione sociale e approccio sostenibile per un sistema alimentare equo.

MINI ha scelto di sostenere Food for Soul e unirsi al cambiamento sociale, condividendo gli stessi principi di sostenibilità, inclusione e valorizzazione della cultura. MINI intraprende così, proprio in Italia e tra le eccellenze italiane, il primo passo a livello mondiale nella strategia di Corporate and Social Responsibility, facendosi così concreto esempio di quanto un'azienda possa impegnarsi oltre il proprio iniziale campo d'azione e sostenere iniziative che superino i confini del proprio ambito di appartenenza. È così che un brand può non solo ispirare, ma soprattutto contribuire ad un cambiamento, per sviluppare una società sempre più sensibile, sostenibile e visionaria, nel rispetto e riconoscimento dei valori universali umani.

“Le attività di responsabilità sociale vanno di solito sotto il cappello delle iniziative corporate e prescindono dai marchi – dichiara Stefano Ronzoni, Direttore MINI - ma il linguaggio della differenza è da sempre nel DNA del nostro brand e questo settore non poteva essere escluso. Il nostro è un brand con valori molto forti e che ambiscono a diventare un punto di riferimento non soltanto nel settore automotive, ma dell'industria in generale. Ci piace l'idea che quello che facciamo possa essere visto dagli altri come qualcosa da cui trarre spunto. Che possa indicare i trend del domani, anticipandoli. Pensiamo che il viaggio, in senso reale ma anche metaforico, sia divertente e stimolante, ma che lo sia ancora di più se fatto insieme ad altre persone. MINI è infatti anche una community che ispira”.

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

Responsabilità, condivisione, inclusione e recupero degli spazi urbani per ricollocarli e dare loro una nuova dignità che serva a ridonare speranza alle persone, sono i valori che accomunano MINI e Food for Soul.

Ogni modello della gamma MINI, con le sue peculiarità e caratteristiche, 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.

È stata proprio MINI ad ispirare e indirizzare le riflessioni e decisioni del BMW Group sulla mobilità sostenibile del futuro attraverso una flotta sperimentale di seicento MINI elettriche che nel 2008 hanno percorso migliaia di chilometri in tutto il mondo.

“Oggi tutti parlano di elettrificazione e di un modo responsabile di muoversi in città e sulle lunghe distanze – prosegue Stefano Ronzoni. Noi ci stiamo lavorando da oltre un decennio, ispirando soluzioni innovative che vadano nella direzione di utilizzare le risorse del pianeta in modo sostenibile. Non a caso dal prossimo mese avvieremo la produzione di serie della nuova MINI Full Electric, offrendo una soluzione seria e all'avanguardia a coloro che desiderano viaggiare senza emissioni”.

MINI condivide con Food for Soul l'approccio verso l'altro, cercando di donargli emozioni e sorrisi attraverso esperienze e con la voglia di fare un pezzo di strada insieme.

Food for Soul

Food for Soul nasce nel 2016, quando Chef Massimo Bottura e Lara Gilmore decidono di realizzare un progetto innanzitutto culturale, con l'obiettivo sostenere attività culturali come strumento di resilienza, di aprire nuove opportunità di mobilità sociale e di incoraggiare un sistema alimentare salutare ed equo. Il primo seme viene piantato in occasione di Expo Milano 2015, quando Massimo Bottura, in collaborazione con la fondazione no profit Caritas Ambrosiana, apre il primo Refettorio per impegnarsi insieme contro lo spreco alimentare e vulnerabilità sociale.

Ad oggi Food for Soul ha aperto nuovi progetti in tutto il mondo (Milano, Rio de Janeiro, Londra, Parigi, Bologna, Modena e Napoli) rimanendo fedele agli stessi principi guida: la Qualità delle Idee, la Forza della Bellezza e il Valore dell'Ospitalità.

“I Refettori e Social Tables sono progetti centrati sulla cultura, sono spazi fisici dove

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

l'inclusione non solo viene vissuta attraverso il servizio a tavola per gli ospiti, ma è un elemento trasversale, che abbraccia ogni rapporto e dettaglio. Per questo, come ONLUS, riteniamo che per contribuire alla mobilità sociale e la realizzazione di una società più giusta e sostenibile sia fondamentale unire le forze e creare sinergie grazie alle quali ogni attore possa contribuire attivamente e prendere responsabilità", ha affermato Cristina Reni, Executive Director di Food for Soul.

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 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 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/bmwgroup/>