

Comunicato stampa

18 novembre 2020

MINI x Paul Smith

Due icone del design per un futuro sostenibile

Monaco di Baviera. MINI e lo stilista inglese Paul Smith hanno annunciato la loro seconda collaborazione dal 1999. Due vere istituzioni che non condividono solo le origini britanniche e la lunga tradizione, ma anche l'impegno sul fronte della sostenibilità, creando prodotti responsabili per un futuro migliore. I due marchi sono da sempre attenti ad un utilizzo consapevole – ma pur sempre d'effetto – delle risorse a disposizione. In questa nuova fase della loro collaborazione di successo, i due marchi instaureranno un dialogo creativo, lavorando insieme per sviluppare soluzioni di design con un'attenzione ancor maggiore alla sostenibilità.

Mentalità 100% sostenibile

L'idea centrale della prima MINI era già basata su un principio di sostenibilità. Concepita nel mezzo della crisi petrolifera, era un'auto familiare che offriva il massimo dello spazio e del divertimento di guida, riducendo al minimo il consumo di materiali e risorse. La MINI Classica ha dimostrato quanto si possa fare di più con meno - prima ancora che qualcuno parlasse di sostenibilità. A quei tempi, la riduzione degli sprechi era un aspetto fondamentale ed è quindi diventata parte integrante della mentalità MINI fin dagli esordi del marchio.

"Portiamo il concetto di sostenibilità della prima MINI nel futuro attraverso la MINI Vision Urbanaut - la nostra interpretazione per un modello MINI spazioso e multifunzionale", afferma Oliver Heilmer, Head of MINI Design. "Anch'essa offre il massimo spazio nonostante le dimensioni ridotte. Ed è più versatile che mai. Inoltre, per gli interni sono stati utilizzati materiali completamente riciclati, evitando la pelle e le cromature".

"La chiave di molti design iconici è la semplicità", aggiunge Sir Paul Smith. "In altre parole, si tratta di ciò che si tralascia, non di ciò che si aggiunge". Nella moda il concetto è simile. Per Paul Smith, come per MINI, la sostenibilità è sempre stata un modo naturale per affrontare le cose, anche prima che la parola sostenibilità fosse sulla bocca di tutti. "Abbiamo sempre seguito un approccio responsabile nell'utilizzo dei materiali e nei processi produttivi. L'utilizzo di imballaggi riciclati, la riduzione dello spreco dei tessuti e l'alimentazione dei nostri negozi attraverso fonti di energia rinnovabile sono solo alcune delle misure che abbiamo adottato e siamo costantemente alla ricerca di modi per fare di più". Per Oliver Heilmer, la collaborazione è il prossimo passo logico: "Siamo attratti l'uno dall'altro, dalle nostre somiglianze, e poi ci ispiriamo e ci arricchiamo a vicenda attraverso le differenze tra il mondo della moda e l'industria automobilistica. Perché non c'è futuro senza sostenibilità".



MINI e Paul Smith.

Sir Paul Smith è uno dei più importanti stilisti britannici. È rinomato per il suo creativo senso estetico, che combina tradizione e modernità. Alla fine degli anni '90, Smith ha collaborato con MINI per un'edizione speciale a tiratura limitata della Mini classica. L'auto è stata verniciata nella tonalità di blu immaginata da Sir Paul, e sfoggiava cerchi in lega antracite perfettamente coordinati. Un'altra edizione unica altrettanto famosa – se non di più – è stata presentata in occasione del 40° anniversario della MINI Classica, che Smith ha dipinto con le sue iconiche strisce multicolore.

Ulteriori informazioni sulla collaborazione seguiranno prossimamente.

Per ulteriori informazioni:

Cristiana Raffaella Lattuada

PR & Communication Coordinator MINI

E-mail: cristiana.lattuada@bmw.it

Tel: +39-02-51610-710

Media website: <http://www.press.bmwgroup.com> e <http://bmw.lulop.com>

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 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 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 4 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/>