MINI
CORPORATE COMMUNICATIONS

Comunicato stampa
19 luglio 2021

MINI ELECTRIC. THE ICONIC SOUND OF SILENCE

Che suono ha il silenzio? Qual è la sonorità della mobilità elettrica? MINI risponde a questi interrogativi in un incontro con Stefano Ronzoni, Direttore di MINI Italia e Renzo Vitale, Sound Designer del BMW Group, attraverso un'esperienza che ha come protagonista la MINI Cooper SE

San Donato Milanese. "The iconic sound of silence" è un viaggio organizzato da MINI per celebrare il mondo del suono e per approcciare il mondo della mobilità sostenibile da un punto di vista diverso. Sede dell'iniziativa l'azienda Caimi di Nova Milanese, una delle principali realtà produttive europee design oriented, che offre l'opportunità di vivere delle esperienze sensoriali altamente tecnologiche grazie a Open Lab, un complesso di laboratori finalizzati alla ricerca in campo acustico, dov'è possibile visitare la camera anecoica e quella riverberante.

In questo scenario il suono è un elemento chiave, così come per la mobilità elettrica. Il suono è uno dei mezzi di espressione di una vettura e che ci consente di riconoscerla. MINI è trend setter anche in questo. È stata capace di coniugare l'interazione sensoriale di vari elementi di design, come lo stile, il sound o il profumo di un veicolo, in modo coerente.

"La MINI Cooper SE non è solo un'auto, ma un'esperienza. I suoni che la contraddistinguono raccontano una storia, un viaggio che inizia nel 1959 e che continua ancora adesso con l'elettrificazione e che porterà MINI ad essere dal 2030 il primo brand interamente elettrificato del BMW Group", queste le parole di **Stefano Ronzoni**, Direttore MINI Italia. "Il marchio MINI vede il suo futuro, in primo luogo, come compagno di momenti indimenticabili e questo ci conduce alla MINI Vision Urbanaut, attraverso cui proponiamo una nuova interpretazione della mobilità portando lo spazio personale dell'utente all'interno dell'auto e dove il suono è parte integrante del veicolo, avvolge l'utente facendogli provare delle emozioni uniche".

"Nel 2016 – ha proseguito Ronzoni - in occasione del centenario dell'azienda, Adrian Van Hooydonk che dirige il design dell'intero BMW Group, disse parlando del brand: 'MINI è simbolo di una forma di mobilità urbana sofisticata e personalizzata, che coinvolge tutti i sensi'. Per questo motivo oggi vi proponiamo un'esperienza attraverso uno dei sensi, l'udito. MINI, del resto, ha un legame consolidato con il mondo dei suoni e in particolare quello della musica che va avanti da oltre 60 anni. La musica sa sempre trovare la chiave giusta per restare al passo con i tempi e attrarre nuove generazioni. Un po' come MINI, che ama condividere esperienze uniche con la sua community. La nostra collaborazione con MEET Music ne è un esempio, dare spazio a giovani che si mettono in gioco e mostrano il proprio talento a ritmo di musica".

Il suono della MINI Cooper SE raccontato da Renzo Vitale
Il viaggio nelle sonorità della MINI Cooper SE è stato guidato da Renzo Vitale, Sound Designer del BMW Group e artista musicale specializzato in ingegneria acustica.

Renzo Vitale, lei è un musicista, compositore e ingegnere elettrico. Qual è stata la sfida principale nello sviluppo del sound per la MINI Cooper SE completamente elettrica?

Renzo Vitale (RV): Fondamentalmente, il suono emesso da un veicolo dovrebbe innescare emozioni e allo stesso tempo trasmettere informazioni. Il nostro obiettivo era replicare i due lati della medaglia nella MINI, ma anche tracciare una chiara linea di differenziazione tra di loro. Per molte persone, il suono di un motore a combustione suscita forti emozioni. Ma all'inizio eravamo chiari sul fatto che non aveva senso simulare una nota del motore a combustione. Dopo tutto non ci sono cambi di marcia. E quando il guidatore accelera, ha immediatamente a disposizione tutta l'energia del sistema di azionamento. Il contenuto dei suoni che creo e le mie principali fonti di ispirazione derivano dal design. Per la MINI Cooper SE, ad esempio, ho tradotto in suono le impressioni visive create dalle ruote e dai dettagli gialli.

Come si sviluppa il suono di un veicolo elettrico?

RV: Comincio guardando il veicolo nel suo insieme. Lo vedo come uno strumento. I musicisti usano gli strumenti per generare sentimenti. Allo stesso modo, il veicolo dovrebbe innescare sentimenti nel conducente e anche agli altri utenti della strada. Naturalmente, anche il suono è sempre informazione e questi due aspetti - emozione e informazione - devono essere entrambi rappresentati. Il veicolo produce suoni diversi in base a ciò che facciamo qui. Per esempio, la MINI Cooper SE emana un carattere amichevole, accogliente, quasi luminoso. Nel momento in cui ti allontani, viene prodotto un suono dinamico che ti dà la sensazione di avanzamento e velocità. Indipendentemente da come viene guidato il veicolo - con uno stile sportivo o più tranquillo - il suono deve essere in grado di illustrare tutti gli stati di guida e allo stesso tempo riflettere il marchio e renderlo qualcosa che può essere vissuto. Penso che con la MINI Cooper SE abbiamo raggiunto questo obiettivo.

Qual è il suono della MINI Cooper SE? Quale invece quello di MINI?

RV: Per me, il suono MINI può essere suddiviso in tre parti: passionale, energetico e stimolante. MINI ha un luccichio negli occhi, un elemento sorprendente, una svolta. E questo dovremmo essere in grado di percepirlo anche ad occhi chiusi. Il suono è uno dei mezzi di espressione di un veicolo, come una voce che usa per comunicare con noi. Per inciso, anche il silenzio è una forma di comunicazione, un elemento del suono. Ho trascorso molto tempo a guardare la MINI Cooper SE mentre componevo il suo suono, in modo da poter davvero catturare il suo personaggio. Ho provato a tradurre le linee dell'auto in forma udibile. La voce di una MINI è luminescente. Dice: "hai un amico vicino".

Verso quale direzione sta evolvendo il sound design MINI?

RV: Ad esempio, è concepibile che la MINI sarà in grado di percepire l'umore del guidatore e rispondere con il suono; offrirà loro un'esperienza sonora che migliorerà alcuni momenti. Potrà essere la riproduzione del suono di un paesaggio, un segnale sonoro o un brano musicale. Il veicolo si esprime e dà ai passeggeri la sensazione di non essere soli.

Un video esclusivo per la MINI Elettrica
In occasione dell'evento, è stato presentato ai media anche il video "**MINI Electric, a sound exploration"** realizzato dalla start-up altoatesina SENSORY DESIGN. Si tratta di un viaggio multisensoriale nel quale i protagonisti sono i suoni della MINI Elettrica.

Racconta il fondatore **Lodovico Minelli Sarteri:** "il film, realizzato con suoni raccolti in un'esplorazione ambientale del veicolo MINI Electric, esprime spunti emozionali e sensoriali. L'idea è appunto quella di approfondire i dettagli sonori di utilizzo del veicolo, soffermando

l'attenzione e la consapevolezza su eventi sonori che fanno quotidianamente da sfondo alle nostre esperienze con MINI. Rendendo questi suoni protagonisti ne vengono così valorizzati la ricchezza, lo studio e l'intento esperienziale ed emozionale dell'ideatore". SENSORY DESIGN è una start-up d'innovazione scientifica e tecnologica che progetta esperienze multisensoriali per amplificare la rilevanza percepita dei brand. Attraverso un mix di design, neuro-scienza e tecnologie di rilevazione, SENSORY DESIGN progetta esperienze di consapevolezza sensoriale per apprezzare bellezza, calma e chiarezza in un mondo sempre più distratto.

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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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 1.000 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/