

Comunicato stampa

9 settembre 2021

MINI e la IAA Mobility 2021: #BIGLOVE - un sentimento che dura



Idee per la mobilità sostenibile e città progettate per garantire un'eccellente qualità di vita, nuovi stimoli per la MINI community e un chiaro impegno per la diversità: con la campagna "BIG LOVE from Munich" il marchio premium britannico ha lasciato il segno al Salone Internazionale dell'Auto e non solo grazie al grande murale sulla torre di "Sugar Mountain" progettato dall'artista Lakwena

Monaco. #BIGLOVE è il modo di MINI per mostrare come due semplici parole possano ispirare un'azione positiva. Da quando il marchio è nato nel 1959, MINI ha sempre cercato di fare di più con meno e di trovare i modi più creativi per utilizzare lo spazio.

L'attuale campagna del marchio premium britannico fa un ulteriore passo avanti. #BIGLOVE è un'espressione della diversità abbracciata nella pratica in tutte le sue forme, accogliendo pensieri innovativi e nuove idee, indipendentemente dalla loro provenienza. Allo IAA Mobility 2021 di Monaco, il marchio MINI ha presentato il suo percorso verso una mobilità più sostenibile e un futuro inclusivo per tutti basato sul claim "We're all different, but pretty good together".

Per tutta la durata del Salone, con il motto "BIG LOVE from Munich", MINI ha contribuito alla riqualificazione del vivace sito industriale nella periferia di Monaco chiamato "Sugar Mountain", che si concentra sulla creatività, lo sport, la realizzazione personale e la comunità. Il sito dell'ex fabbrica di cemento è ora valorizzato da un murale multicolore su una vecchia torre, disegnato appositamente per l'occasione dall'artista londinese Lakwena Maciver. Lo stile artistico di Lakwena si basa su affermazioni audaci e colori brillanti. Il suo obiettivo è quello di rendere l'arte accessibile a tutti. Questo è il motivo per cui dipinge principalmente in spazi pubblici, portando l'arte a chi altrimenti non potrebbe averne accesso. Questo approccio lo rende il partner perfetto per MINI, come dimostrano i messaggi che appaiono nel suo colorato murale: "DIFFERENT BUT GOOD TOGETHER" e "BIG LOVE". L'installazione continuerà ad abbellire il quartiere di Obersendling a Monaco di Baviera anche dopo lo IAA Mobility 2021.

Sugar Mountain ha rappresentato il calcio d'inizio della campagna IAA "BIG LOVE from Munich" di MINI, con gli amici di MINI che hanno partecipato ad una vasta gamma di attività. Partite emozionanti sul World Club Tennis Court, corse ad alta velocità sulla pista di BMX e trick spensierati sul Jam Skate Park – tutti hanno avuto spazio per dedicarsi spontaneamente allo sport o per esprimere il loro stile personale.

È stata inoltre offerta l'opportunità di migliorare le proprie abilità da DJ in una master class in DJ set, a suon di ritmi rilassati creando l'atmosfera perfetta per incontrarsi e rilassarsi nella spaziosa area comunitaria.

Inoltre, gli avventurieri e gli amanti dell'outdoor hanno sperimentato un campeggio urbano con le tende da tetto AUTOHOME in edizione speciale per la MINI Countryman. Le tende da tetto, prodotte per la prima volta con materiali riciclati, sono realizzate con bottiglie ripescate dall'oceano e si adattano pienamente al design del marchio e allo spirito pionieristico di MINI, che ogni giorno offre nuove avventure e prospettive sostenibili.

La campagna IAA BIG LOVE di MINI è proseguita nel MINI Pavillon a Lenbachplatz a Monaco di Baviera, dove i visitatori hanno potuto partecipare a diverse attività, da quelle culinarie a quelle sportive. Con gli espositori creati dallo stilista britannico Paul Smith, il padiglione MINI si è trasformato anche in un affascinante e versatile hotspot di idee innovative.

La MINI STRIP, un'auto unica personalizzata da Paul Smith in collaborazione con MINI qui presentata, è incentrata sui temi della sostenibilità e dell'innovazione per una maggiore protezione ambientale. La MINI STRIP mette in luce un approccio innovativo al tema della sostenibilità nella produzione automobilistica. Seguendo il filo conduttore "Simplicity, Transparency, Sustainability", l'auto presenta idee ispiratrici per una progettazione automobilistica più sostenibile.

I visitatori hanno inoltre avuto l'opportunità di informarsi sul design futuro della mobilità individuale e degli spazi abitativi urbani attraverso esposizioni e tavole rotonde che hanno coinvolto designer e visionari delle start-up creative tecnologiche che sono state supportate nell'ambito del MINI Start-up Accelerator URBAN-X. Le idee presentate sono state poi discusse dal vivo con opinion leader della piattaforma di dialogo "The Sooner Now" sotto il motto "The city of tomorrow is made today".

Questo dialogo tra visionari e la community MINI durante lo IAA Mobility 2021 a Monaco è stato quindi interamente dedicato alle questioni cruciali del nostro tempo che MINI deve affrontare: mobilità urbana, sostenibilità, cosmopolitismo e individualità. In questo modo, il marchio orientato al futuro ha potuto lasciare dietro di sé degli stimoli positivi e una sensazione che dura nel tempo - #BIGLOVE.

Il consumo di carburante, le emissioni di CO₂ e il consumo di energia sono stati misurati utilizzando i metodi richiesti secondo il regolamento VO (CE) 2007/715 e successive modifiche. Si riferiscono a veicoli sul mercato automobilistico in Germania. Per quanto riguarda le gamme, le cifre NEDC tengono conto delle differenze nelle dimensioni delle ruote e degli pneumatici selezionati, mentre il WLTP tiene conto degli effetti di eventuali equipaggiamenti opzionali.

Tutte le cifre sono già state calcolate sulla base del nuovo ciclo di prova WLTP. I valori NEDC elencati sono stati calcolati in base alla procedura di misurazione NEDC, ove applicabile. I valori WLTP sono utilizzati come base per la valutazione delle tasse e di altri dazi relativi ai veicoli che sono (anche) basati sulle emissioni di CO₂ e, ove applicabile, ai fini delle sovvenzioni specifiche per i veicoli. Ulteriori informazioni sulle procedure di misurazione WLTP e NEDC sono disponibili anche su www.bmw.de/wltp

Per ulteriori dettagli sui dati ufficiali di consumo di carburante e sulle emissioni ufficiali specifiche di CO₂ delle auto nuove, consultare il "Manuale sul consumo di carburante, le emissioni di CO₂ e il consumo di energia delle auto nuove", disponibile presso i punti vendita, da Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen e su <https://www.dat.de/co2/>

Per ulteriori informazioni:

Ornella Pensato

PR & Communication MINI

Tel: + 39 02 51610 164

E-mail: ornella.pensato@bmw.it

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/>