

Comunicato stampa

8 marzo 2022

Fiduciosa e ispiratrice: con la Pat Moss Edition MINI celebra i successi di donne audaci



Nel 1962, il marchio britannico ottenne la sua prima vittoria internazionale nel rally, grazie al talento e alla passione di un'eroina moderna dell'automobilismo: Pat Moss. La nuova MINI Pat Moss Edition per la MINI 3 porte e la MINI 5 porte è un omaggio a una pioniera, alla storia sportiva di MINI e allo spirito di squadra autentico. Ancora oggi, le donne giocano un ruolo centrale nel plasmare il successo del marchio MINI - queste sono le loro storie.

Monaco. In occasione della Giornata Internazionale della Donna 2022, MINI ricorda una pilota leggendaria. Nel 1962 Pat Moss scrisse una pagina di storia dell'automobilismo, ottenendo la prima vittoria internazionale per il marchio britannico sul prestigioso percorso Noordwijk - Monte Carlo - Noordwijk, meglio conosciuto come "International Tulip Rally". La sua vittoria non solo diede il via ai successi unici della Mini classica nei rally, ma fece anche scalpore nelle gare dominate da uomini. "Mossie" e "Wizz", come Pat Moss e la sua co-pilota Ann Wisdom erano conosciute allora, riuscirono in imprese che nessuno poteva ignorare. In un'epoca in cui i ruoli di genere erano predeterminati, queste due donne li ridefinirono senza tante cerimonie. 60 anni dopo, la società ha fatto dei passi avanti decisivi. E più che mai, le donne audaci di MINI plasmano il successo e l'immagine del marchio premium britannico.

Stefanie Wurst è responsabile del marchio MINI da febbraio 2022. Grazie alla sua esperienza nel business management olistico e al suo background interculturale, è determinata a elettrificare il marchio premium britannico e a rafforzare il tema della sostenibilità. "È proprio l'idea di MINI utilizzare in maniera economica le risorse e lo spazio a disposizione. L'impronta ecologica minima è già nei geni di MINI, per così dire. Quando si parla di sostenibilità, i nostri clienti devono sapere cosa stiamo facendo e perché, in modo da poter prendere una decisione consapevole", dichiara Stefanie Wurst a proposito del suo approccio. Per lei, la corporate governance sostenibile include anche valori come la diversità, la tolleranza e l'apertura. "Non si tratta di favorire certi gruppi, ma di costruire un team moderno che rifletta e comprenda bene le comunità globali in evoluzione. Un marchio moderno deve essere significativo, positivo e in continua evoluzione".

Jennifer Treiber-Ruckenbrod accompagna questo riallineamento come responsabile delle comunicazioni per MINI e BMW Motorrad. Per lei, la diversità e le pari opportunità fanno parte della ricetta del successo di MINI: "Vediamo chiaramente la diversità come un punto di forza - sia all'interno che all'esterno della nostra organizzazione - la composizione appropriata dei nostri team in tutte le aree è un fattore chiave per la creatività, l'innovazione e in definitiva il successo del marchio MINI".

Grazie al suo talento, al suo coraggio e alla sua passione, Pat Moss a bordo della Mini classica si è lasciata alle spalle la concorrenza maschile - e anche molti altri modelli affermati. Ora un'edizione speciale porta il nome della pilota di rally scomparsa nel 2008. La MINI John Cooper Works (consumo di carburante combinato: 7,1 - 6,8 l/100 km; emissioni di CO₂ combinate: 162 - 156 g/km WLTP) e la MINI Cooper S 5 porte (consumo di carburante combinato: 6,8 - 6,2 l/100 km; emissioni di CO₂ combinate: 154 - 141 g/km secondo WLTP) arriveranno nei concessionari nella seconda metà del 2022 - esattamente 60 anni dopo il suo trionfo nei Paesi Bassi.

Il suo design riflette sia la storia del marchio nell'automobilismo sia la storia personale di Pat Moss e Ann Wisdom, e integra anche le innovazioni di prodotto MINI come il Multitone Roof. "Quando c'è già una storia forte, come nel caso della Pat Moss Edition, è un piacere definire i dettagli, combinare gli elementi che sottolineano questa storia, scegliere la giusta combinazione di colori e decidere dove posizionare gli elementi di design", racconta Morgane Bavagnoli, la responsabile MINI designer.

La sua storia in MINI è iniziata nel 2010 con uno stage a Monaco di Baviera, che l'ha entusiasmata fin dall'inizio e che avrebbe dato forma alla sua carriera. Quasi 10 anni dopo e dopo aver lavorato presso Designworks e BMW, Morgane Bavagnoli è tornata nel team design di MINI. Tra le altre cose, è stata responsabile del concept cromatico della MINI Electric Pacesetter. Più recentemente, ha sviluppato anche il design dei dettagli e delle superfici interne della MINI Countryman nella "Untamed Edition". Il suo cuore batte per dettagli sorprendenti che i fan di MINI possono notare solo al secondo sguardo. Per esempio, il simbolo della MINI Pat Moss Edition è la grafica di un tulipano, che può essere intravista discretamente ma inconfondibilmente in molte sezioni. Sono questi i dettagli speciali con cui i designer come Morgane sottolineano il carattere individuale di una MINI e contribuiscono al successo del marchio. "Essere un designer in MINI è qualcosa di speciale.

L'opportunità di essere coinvolta in progetti completamente diversi e di lavorare a diversi livelli - dal pre-sviluppo e dalla ricerca alle concept car e alla realizzazione in serie - è sempre rinvigorente", dichiara Morgane Bavagnoli a proposito della sua spinta personale.

Raccontare storie come quella di Pat Moss è anche la passione di Lina Fischer. Nell'ufficio editoriale MINI, si occupa di marketing editoriale e della rivista MINI Insider. Fa parte di MINI dal 2010. La produzione editoriale intorno alla Pat Moss Edition si è concentrata sull'empowerment femminile sotto diversi aspetti. Una fotografa, una redattrice e due pilote per le scene d'azione su strada hanno lavorato insieme per le riprese e hanno allestito l'edizione, che è stata in gran parte progettata da donne. "Sono orgogliosa di aver lavorato a questo progetto in un team con donne così forti e ispiratrici", dichiara Lina Fischer.

Anche Verena Markart, Product Manager di MINI, apprezza questo tipo di ispirazione nel suo lavoro. Per lei, la community MINI in particolare è sempre un fattore chiave nel suo lavoro.

"Personalità non convenzionali, versatili, creative e autodeterminate, per le quali la comunità e le nuove esperienze sono importanti, mi motivano ogni giorno". Per lei, la vittoria del rally commemorata dalla Pat Moss Edition è legata all'atteggiamento che vale ancora oggi per MINI: "Born to compete". Il motto completa le Quick Facts sul leggendario Tulip Rally, che sono elencate sotto gli scuttles laterali sulle pareti laterali anteriori: dal percorso Noordwijk - Monte Carlo - Noordwijk, alla distanza di 2.500 chilometri e il veicolo, la Mini Cooper, al suo numero di partenza 104.

"MINI è sinonimo di pensare le cose in modo diverso, e questo è ciò che amo del nostro marchio", ha dichiarato Yvonne Schrader, che dirige il brand management, la gestione della comunicazione e l'artwork di MINI. "Associo il successo di Pat Moss soprattutto al motto "Only MINI can do", trasformando i sogni in azione. "Mossie" e "Wizz" avevano già questa mentalità. Hanno osato fare lo straordinario invece di limitarsi a parlarne".

Con un understatement britannico, la co-pilota Ann Wisdom ha poi ricordato il successo nella Mini classica: "Non ci consideravamo visionarie allora, abbiamo semplicemente partecipato ad un rally". Il team MINI crede fermamente che la diversità sia un punto di forza. Un team di persone con diversi background e personalità è fondamentale, rappresenta il punto di partenza per creare nuove idee, soluzioni, prodotti e servizi per il marchio MINI.



Il consumo di carburante, le cifre delle emissioni di CO₂ e il consumo di potenza sono stati misurati utilizzando i metodi richiesti secondo il regolamento VO (CE) 2007/715 nella versione raccomandata. Si riferiscono ai veicoli sul mercato automobilistico in Germania. Per le gamme, le cifre NEDC tengono conto delle differenze nelle dimensioni delle ruote e degli pneumatici selezionati, mentre le cifre WLTP tengono conto degli effetti di qualsiasi equipaggiamento opzionale.

Tutte le cifre sono già 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 definizione di tasse e altri prelievi relativi ai veicoli che sono (anche) basati sulle emissioni di CO₂ e, dove applicabile, ai fini dei sussidi specifici 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 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:

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 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 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 900 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-group/>