



Comunicato stampa

11 luglio 2023

MINI AL FIANCO DI LUCCA MANGA SCHOOL PER CELEBRARE IL “BIG LOVE” TRAMITE LA CULTURA MANGA

Dopo Lucca Comics & Games 2022, la collaborazione tra MINI e Lucca Manga School ha visto la realizzazione di illustrazioni digitali che valorizza la creatività degli studenti.

San Donato Milanese. Dopo la presenza a Lucca Comics & Games 2022, dove una MINI Elettrica ha ospitato un’opera d’arte di Caterina Rocchi, Direttrice Artistica di Lucca Manga School, la partnership con la scuola è proseguita con la realizzazione di una serie di illustrazioni che facessero vivere i valori di MINI.

Per l’anno accademico 2022-23, MINI ha coinvolto gli studenti di Lucca Manga School per fornire una propria interpretazione dei temi di sostenibilità ed inclusione, da sempre al centro della filosofia di MINI che si ritrovano nel claim “Big Love for the People, Big Love for the Planet”.

Il concept principale sul quale gli studenti sono stati chiamati a lavorare è basato sul tema di MINI “Big Love”, che si traduce in amore per le persone e per l’ambiente circostante. I ragazzi hanno indagato le tematiche di sostenibilità ambientale e inclusione sociale, care alla community di MINI, con lo scopo ultimo di realizzare delle illustrazioni digitali.

Ne hanno fornito quindi una propria rielaborazione, intendendo come “Big Love” sia il classico amore romantico, sia in senso più ampio l’amore per la vita e il rispetto per sé stessi e la realtà circostante, in linea con il pensiero di MINI.

L'affermazione del manga come settore di punta dell'editoria giapponese risale agli anni Cinquanta, in contemporanea all'esordio sulla scena di MINI: entrambi sono poi diventati oggetto di cult.

I manga sono un prodotto giovanile, che implica un incontro e una condivisione delle emozioni tra autore e lettore. Per questa comunanza di valori MINI ha scelto di dare spazio all'espressione della creatività dei giovani talenti della Lucca Manga School.

Al centro del progetto sono stati posti temi cari sia a MINI che a Lucca Manga School, primo fra tutti quello della condivisione: il risultato finale è stato ottenuto grazie ad un lavoro di team tra insegnanti e studenti, permettendo a questi ultimi di affinare la propria capacità di lavorare in sintonia.

L'iniziativa è stata un'occasione per creare nuove opportunità di crescita tramite il lavoro in gruppo e valorizzare così il talento dei giovani allievi.

Un altro punto centrale delle illustrazioni realizzate è quello delle connessioni, sia geografiche che umane: sottolineando la capacità della MINI Elettrica di essere un mezzo che mette in contatto persone e luoghi, i diversi personaggi sono stati messi in relazione attraverso la vettura stessa, fornendo una diversa interpretazione di sostenibilità.

MINI **CORPORATE COMMUNICATIONS**



Gli studenti hanno unito la cultura giapponese a quella italiana celebrando l'italianità attraverso il racconto manga, raffigurando una serie di cartoline delle proprie città d'origine. La scelta è ricaduta su Lucca, Livorno, Torino e Genova, per ognuna delle quali sono stati rappresentati i luoghi più iconici.

Il progetto celebra anche l'unione di tradizione e innovazione sia tramite la scelta del soggetto, la MINI Elettrica, sia grazie alla collaborazione in sinergia tra maestri e giovani autori all'interno dello stesso team.

La city car, che con la sua alimentazione Full Electric ha a cuore il pianeta, senza sacrificare performance e sicurezza è una macchina urbana, giovane, agile, come l'arte manga.

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 comprende oltre 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio nel mondo ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2022, il BMW Group ha venduto oltre 2,4 milioni di automobili e oltre 202.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2022 è stato di 23,5 miliardi di euro con ricavi per 142,6 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2022, il BMW Group contava un organico di 149.475 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 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/>