

Comunicato stampa

26 luglio 2023

“MINI BIG LOVE FOR THE PEOPLE: YOUNG TALENTS”: CONTINUA L’IMPEGNO DI MINI NELL’INCLUSIONE E NELLA VALORIZZAZIONE DELLE GIOVANI GENERAZIONI

Martedì 25 luglio presso Exit Gastronomia Urbana MINI ha ripercorso le attività intraprese con i partner volte alla valorizzazione dei giovani talenti.

San Donato Milanese. Due realtà contemporanee e moderne, con una filosofia convergente: questo è ciò che accomuna MINI e Exit Gastronomia Urbana, un chiosco dal format innovativo, tagliato su misura intorno alla città, situato nel cuore di Milano.

Le piazze, tradizionale punto di incontro e di condivisione, sono il luogo ideale per far vivere il “Big Love” di MINI.

Ed ecco che Piazza Ercolea, dove si trova Exit Gastronomia Urbana, è stata rinominata “Big Love Square” in quanto luogo aperto e accogliente che nella serata del 25 luglio ha invitato la community di MINI e quella di Exit per raccontare le strategie che accomunano le due realtà e le attività attuate insieme a partner selezionati per creare valore nella società.

A tal proposito nel talk sono stati coinvolti, in qualità di partner di MINI: Lara Gilmore Co-Fondatrice Tortellante, Giacomo Maniscalco Direttore SOS - School of Sustainability, Olivia Spinelli Coordinamento e Direzione Creativa IED Moda Milano e Stefano Gabellini Titolare Promodrive.

Exit Gastronomia Urbana, nella persona di Stefano Scaroni - CEO Deles Group e Co-Founder di Exit - ha invitato sul palco Jacopo Mele - Fondatore di Aurora Fellowship.

“MINI ha un claim che trovo straordinario e che nel tempo è rimasto fedele a sé stesso sin dal rilancio che, come BMW Group, abbiamo fatto del brand nel 2001: Big Love – ha dichiarato Massimiliano di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato BMW Italia. È un claim che incarna un’attitudine positiva nei confronti della vita e che parla di inclusione, di diversità, di sostenibilità e di una certa idea di mondo: “We are all different but pretty good together” è una delle frasi più ricorrenti nella comunicazione di MINI.”

“La partnership con Exit Gastronomia Urbana – prosegue Massimiliano Di Silvestre - nasce proprio dalla volontà di trovare un luogo identitario, che ci consenta di esprimere e raccontare questi valori. Un luogo aperto, accogliente, capace di coinvolgere e attivare la comunità urbana. In questo senso, Exit è una realtà che invita a uscire dagli schemi, a sperimentare e dare sfogo alla propria creatività. Ed è una realtà di grande successo. Esattamente come MINI. Questa piazza, che abbiamo ribattezzato “Big Love Square”, è per noi un luogo dove invitare la community di MINI e quella di Exit a incontrarsi, a ritrovarsi, a condividere esperienze. Ma è anche un luogo privilegiato dove raccontare la nostra storia, i valori del brand, il nostro impegno per l’ambiente e per la società in cui viviamo e operiamo. E le storie dei nostri partner. Vogliamo un

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



polo di attrazione per tutte quelle persone che hanno qualcosa di significativo da raccontare. Che sono capaci di fare la differenza.”

“Questa partnership è il frutto di una naturale condivisione di forti valori identitari – dichiara Stefano Scaroni – CEO Deles Group e Co-Founder di Exit. MINI e Exit Pastificio Urbano insieme in Piazza Ercolea a Milano: è la celebrazione di un'affinità spontanea, della vitalità e dell'energia di due brand guidati dalla passione. Il concept rilancia un'idea trasversale di amicizia, di inclusione intergenerazionale e sociale in uno spazio della città aperto a tutti”.

Nella serata del 25 luglio si è svolto il primo talk a tema: “Big Love for the people: young talents”, nel quale sono stati coinvolti alcuni partner per raccontare le diverse collaborazioni e azioni concrete che MINI ed Exit portano avanti per rispondere alle nuove sfide poste dalla società concentrandosi sulla valorizzazione del talento.

Come sottolineato da Federica Manzoni, Head of MINI Italia: “Viviamo in un mondo dove temi come la circolarità, la diversity e l'inclusione sono sentiti dalle nuove generazioni come fondamentali per costruire un futuro differente. Io ho il privilegio di lavorare per un Gruppo che pensa che, oggi più che mai, le persone facciano la differenza e che in un mondo che viaggia veloce, connesso, digitale, in realtà il “BE HUMAN” sia l'elemento differenziante. E che sia un dovere delle aziende di successo restituire valore alla società.

In questo contesto MINI vuole prendere una posizione e dare il suo contributo alla trasformazione, proprio attraverso i giovani”.

L'obiettivo di MINI rimane quello di mettere in atto azioni concrete volte al raggiungimento di un futuro migliore e più sostenibile. In questo risulta fondamentale l'azione dei propri partner, presenti durante la serata per raccontare i progetti realizzati insieme al brand.

MINI BIG LOVE FOR THE PEOPLE: YOUNG TALENTS

“La rivoluzione tranquilla”: MINI al fianco del Tortellante

La filosofia “Big love for the people” di MINI è alla base del progetto di collaborazione con il Tortellante, laboratorio terapeutico-abilitativo dove giovani e adulti nello spettro autistico imparano a produrre pasta fresca fatta a mano.

Alla presenza di Lara Gilmore della Direzione Tortellante, è stato ricordato come i valori chiave che hanno unito le due realtà siano quelli dell'inclusione e della valorizzazione del talento residuo.

La volontà di dare voce al racconto del progetto Tortellante ha portato MINI alla creazione di una miniserie di podcast dal titolo “La rivoluzione tranquilla”, realizzata insieme a Chora Media.

“Il tema della diversity è al centro di questa collaborazione - dichiara Federica Manzoni, Head of MINI Italia. Quello che ci piace del Tortellante è la volontà di andare oltre la disabilità e costruire un ponte generazionale che avvicina i giovani alle nonne del territorio.”

MINI x School of Sustainability: il progetto “MINI INHABIT SOUND”

La partnership con la SOS - School of Sustainability di Mario Cucinella ha posto l'attenzione sui giovani, con un chiaro riferimento alle tematiche di sostenibilità e ricerca, da sempre care a MINI, e ha rappresentato una straordinaria opportunità di incontro e di ricerca per proporre riflessioni

innovative confrontandosi con giovani talenti provenienti da tutto il mondo.

“La partnership con la SOS - School of Sustainability rientra perfettamente nella strategia di MINI ‘Big Love’ - dichiara Federica Manzoni, Head of MINI Italia - poiché le due realtà hanno in comune tre temi. La valorizzazione dei giovani talenti ‘Big love for the People’; il focus sulla realtà urbana, ‘Big Love for the Progress’; il tema della sostenibilità ‘Big Love for the Planet’.

Attraverso questa partnership vogliamo sottolineare il nostro impegno nel mondo del design e nel campo progettuale favorendo una riflessione sul tema della sostenibilità in ambito urbano, un terreno caro a MINI sin dal suo lancio in Italia nel 2001. Perché la città è lo spazio dove MINI si muove e circola”.

Con Giacomo Maniscalco, Direttore della scuola, è stato raccontato il percorso di ricerca svolto da studenti e tutor insieme a Renzo Vitale, Sound Creative Director del BMW Group. La collaborazione ha previsto la realizzazione di spazi sostenibili di ascolto, contemplazione e condivisione, portando ad una materializzazione del suono in una vera e propria scultura tridimensionale sostenibile. Il risultato finale del progetto verrà presentato ufficialmente in autunno.

MINI x IED – Istituto Europeo di Design

Una perfetta rappresentazione del tema centrale della serata “Big love for the people: young talents” è la partnership tra MINI e Istituto Europeo di Design. Con Olivia Spinelli, in qualità di Coordinamento e Direzione Creativa IED Moda Milano, è stata presentata l’attività che quest’anno ha visto coinvolto il corso di Design e Fashion. Gli studenti sono stati incaricati di fornire una propria interpretazione dell’imminente evoluzione del brand attraverso il lancio della nuova famiglia MINI.

“MINI e Istituto Europeo di Design condividono una forte attenzione per i giovani e le avanguardie contemporanee - dichiara Federica Manzoni, Head of MINI Italia. In questa cornice, tendenze e stili, creatività e comunicazione, cultura del progetto e tecnologia rappresentano concetti-chiave intorno ai quali costruire e sviluppare iniziative comuni.

L’intento di questa iniziativa è stato quello di stimolare l’attitudine alla condivisione e la creatività dei giovani talenti, ponendo l’attenzione sulle avanguardie contemporanee, in perfetta sintonia con il pensiero MINI”.

MINI e Motorsport: MINI Challenge

Grazie alla consolidata collaborazione con i partner di eccellenza Promodrive e Aci Sport, da 12 anni MINI esalta il suo carattere adrenalinico e il suo go-kart feeling tramite il campionato monomarca MINI Challenge. Con Stefano Gabellini, titolare Promodrive, è stata ripercorsa la tradizione che da tempo unisce MINI alla realtà Motorsport.

“Anche in questo ambito MINI ha voluto unire tradizione e innovazione, mantenendo uno sguardo sul futuro - dichiara Federica Manzoni, Head of MINI Italia. L’attenzione per le nuove generazioni si è concretizzata nella MINI Challenge Academy, scuola riservata ai piloti Under 25, dove MINI ha voluto dare l’opportunità ai giovani neofiti del Motorsport di essere seguiti da un pilota di eccezione, Gianni Morbidelli, per tutto l’arco della stagione, a partire dai test e poi ad ogni week end di gara, con lezioni introduttive e formazione specifica per imparare come affrontare la partenza, a migliorare la dinamica di guida e ad ottimizzare la gestione delle gomme durante le gare”.

Lo scopo formativo dell’Academy non è solo di permettere ai partecipanti di

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



affrontare al meglio la stagione, ma anche di preparare le risorse per poter affrontare campionati di categoria superiore nelle stagioni future.

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/>