

Comunicato stampa
24 ottobre 2023

MINI presenta l'installazione "MINI INHABIT SOUND", progetto incentrato sull'identità sonora delle città e realizzato insieme a SOS - School of Sustainability, di Mario Cucinella.

**Dal 24 ottobre al 5 novembre ADI Design Museum ospita MINI
Inhabit Sound, il progetto di Sound Design curato da Renzo Vitale,
Creative Director Sound Design del BMW Group insieme agli studenti
di SOS – School of Sustainability.**

Milano. È stata inaugurata oggi l'installazione MINI Inhabit Sound presso ADI Design Museum a Milano, che sarà aperta al pubblico fino al 5 novembre 2023. Il progetto è stato realizzato grazie alla partnership tra MINI e SOS School of Sustainability, scuola fondata nel 2015 da Mario Cucinella che offre un programma post-laurea di 9 mesi per giovani progettisti nell'ambito dell'Architettura e Design Sostenibile. È frutto di un percorso di formazione e creativo curato da Renzo Vitale, Creative Director Sound Design del BMW Group, insieme ad un gruppo di studenti internazionali dell'accademico 2022/23 e focalizzato sul tema del Sound Design.

"Attraverso la collaborazione con SOS - School of Sustainability – dichiara Federica Manzoni, Head of MINI in Italia - il nostro brand mira a promuovere giovani talenti e vuole sottolineare il suo impegno nel mondo del design e nel campo progettuale favorendo una riflessione sul tema della sostenibilità in ambito urbano, perfetto esempio della filosofia di MINI: Big Love for the People, Big Love for the Planet, Big love for the Progress. In questo scenario, tendenze e stili, creatività e comunicazione, cultura del progetto e tecnologia rappresentano dei concetti chiave per sviluppare iniziative comuni."

"MINI è un oggetto iconico di design in continua evoluzione, al passo coi tempi, ma sempre fedele al suo originale – prosegue Federica Manzoni. Il suo cuore batte a ritmo della città. È da sempre in linea con i trend del momento, ma anche e soprattutto attenta alle tematiche ben più importanti che hanno a che fare con il tessuto urbano, la città del futuro e chi la popola."

Il progetto e la visione di MINI della sostenibilità

La sostenibilità in ambito urbano è infatti nel cuore della strategia di MINI, nata originariamente come auto piccola, efficiente e urbana in risposta a una crisi di carburante negli anni '50, ed evoluta anticipando le esigenze del tempo e compiendo passi coraggiosi nella creazione di un futuro.

Sostenibilità è benessere per il pianeta, per il suo ecosistema ma anche per l'uomo, il cui comportamento ha un impatto determinante sulla coesistenza complessiva ed evoluzione degli esseri viventi. Benessere per l'uomo significa tra le altre cose equilibrio psicofisico, spesso raggiunto attraverso un appagamento dei sensi, non ultimo quello dell'udito.

Il suono come elemento identitario della città

Il percorso ideato e realizzato da MINI con la supervisione di Renzo Vitale, Creative Director Sound Design del BMW Group, insieme ai giovani studenti internazionali, si è focalizzato sulla ricerca in tema di sound design, disciplina che gioca un ruolo fondamentale all'interno della realizzazione di un progetto. I suoni contribuiscono a definire l'identità di una città pertanto conoscerli è sia un punto di partenza per comprenderne la loro natura e funzione, ma anche un punto di arrivo per ridisegnarne la dinamica dell'ascolto e farne un uso consapevole per il benessere collettivo.

L'acustica caratterizza e definisce uno spazio e il tema della sostenibilità in questa materia va acquisendo sempre maggior rilevanza nella progettazione architettonica, edilizia ed urbanistica, così come nella produzione di oggetti e nella rivisitazione degli ambienti che frequentiamo abitualmente, dalle automobili agli spazi di lavoro fino alle città.

Il suono è un'entità fondamentalmente invisibile, un elemento indispensabile della nostra esistenza e la finalità di questa installazione è dare al suono non solo una forma visiva, ma anche una forma architettonica, in modo da creare un'esperienza olistica in cui acustica e sostenibilità agiscono insieme per il comfort collettivo.

L'obiettivo del progetto

L'obiettivo del progetto MINI Inhabit Sound è costruire uno spazio sostenibile per ascolto, contemplazione e condivisione, creato trasformando il suono in una forma tangibile e vivibile, materializzandolo, rendendolo visibile come se fosse un cristallo, un materiale sostenibile, una scultura tridimensionale dove percepire il dialogo tra silenzio e suono, assenza e presenza del sé e dell'altro, per elevare la condizione psicofisica ed emotiva di chi vive questa esperienza.

“È necessario costruire una consapevolezza uditiva, affinché le azioni individuali portino ad un benessere collettivo - dichiara Renzo Vitale, Creative Director Sound Design del BMW Group. Si può raggiungere questo obiettivo relazionandosi alle città come realtà sonore, capirne le debolezze per riprogettarle acusticamente attraverso diversi livelli di espressione e di complessità.”

MINI INHABIT SOUND: l'esperienza

L'installazione MINI Inhabit Sound, risultato del progetto di Carlo Caire, Nicola Capozzo, Ruben Enrique Garrido Rizk e Flavia Torretta, con la supervisione di Renzo Vitale, supportato da Jacopo Panfili, Sound Design Assistant Coordinator presso IED Istituto Europeo di Design, ha l'obiettivo di fare vivere una vera e propria sound walk, partendo dai suoni percepiti in una realtà metropolitana come Milano.

Immaginiamo di poter attraversare la città di Milano in pochi secondi. Pensando a luoghi come Piazza del Duomo, Parco Sempione, i Navigli, quali rumori vengono in mente? Come ci si sente? Stressati e agitati? O sicuri e rilassati?

Sono domande che spesso non consideriamo perché non siamo consapevoli dell'ambiente che ci circonda.

Cosa significa “ascoltare”? L'installazione sonora “Inhabit Sound” si propone di rispondere a questa domanda favorendo una riflessione sia sul suono come elemento fisico-percettivo che sulla consapevolezza individuale della capacità uditiva. L'esperienza si manifesta lungo un percorso uditivo tripartito sul piano geometrico e sonico. Lo spazio acustico è ottimizzato per consentire un'immersione in tre panorami sonori (soundscapes) che rappresentano un'interpretazione di altrettante condizioni distinte: il passato prossimo si

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



basa sul mondo sonoro urbano che ci circonda quotidianamente, il tempo sospeso dilata i confini temporali per incoraggiare una riflessione sulla percezione del sé, il futuro ipotizza uno scenario uditivo pensato nel segno della sostenibilità sonora urbana.

Lo speciale tessuto acustico sostenibile unito alla soluzione di Raum-im-Raum (stanza nella stanza) consentono di ridurre efficacemente l'energia del campo acustico, riducendo così fenomeni di disturbo e di riverberazione. Lo spazio ed i materiali sono volutamente ridotti ad una condizione essenziale per favorire la concentrazione sullo spazio fisico ed acustico.

Il benvenuto all'utente è dato dalla riproduzione di una combinazione di suoni della vita quotidiana, come borbottii umani, cinguettii di uccelli e suoni artificiali; tutti rumori che mascherano altri tipi di suoni a cui non prestiamo attenzione.

Entrando nella "core chamber" della struttura si raggiunge uno spazio più isolato acusticamente, grazie all'inserimento di pouf e pannelli rivestiti di tessuto fonoassorbente, che garantiscono maggiore confort dal punto di vista acustico.

Il visitatore si sentirà sicuro e a proprio agio, godendo della propria presenza ed essendo consapevole di ciò che lo circonda.

Nella parte finale del viaggio vengono reinterpretati i suoni della città del presente, ma tradotti nel futuro. I suoni della natura rimangono più nitidi al nostro udito e in armonia con i suoni della città, reinterpretati in chiave futuristica da Renzo Vitale.

Materiali e Partner del progetto

Partner fondamentale nella riuscita dell'intento dell'installazione è Caimi Brevetti SpA che, attraverso la fornitura del tessuto fonoassorbente, degli arredamenti e dei pannelli acustici, ha contribuito a garantire l'isolamento acustico necessario per fare vivere all'utente l'esperienza.

La struttura è interamente rivestita in tessuto fonoassorbente. La tecnologia brevettata Snowsound-Fiber è basata su morbide fibre di poliestere al 100% interconnesse tra loro e intrinsecamente ignifughe. L'interazione tra le fibre di Snowsound-Fiber e l'aria permette di controllare il riverbero, regolando con precisione la risposta acustica, in base alla modalità di posa, alla superficie e alla distanza tra la fibra acustica e la parete.

Nella sezione centrale dell'installazione sono stati aggiunti inoltre pannelli fonoassorbenti e per gli arredamenti interni sono stati utilizzati elementi di Snowpouf, rivestito in Snowsound Fiber 12, uno speciale tessuto fonoassorbente che impiega nella produzione per la prima volta il filo ECONYL®, nato dalla rigenerazione dei rifiuti di nylon provenienti da tutto il mondo, come reti da pesca o moquette usate.

Un ringraziamento anche ad Artemide per l'installazione di luce con il prodotto La Linea 25, un tubo di luce flessibile in grado di ruotare liberamente nello spazio secondo geometrie indefinite, diventando così uno strumento comunicativo oltre che funzionale, aggiungendo valori e significati alla sua luce attraverso l'espressività del suo segno grafico.

Un sound unico per la nuova famiglia MINI completamente elettrica

Il sound design ricopre un ruolo determinante anche nella personalizzazione dei prodotti della nuova MINI Family, recentemente presentati.

La resa sonora diventa una componente fondamentale dell'esperienza di guida puramente elettrica. Diverse atmosfere sonore arriveranno per la prima volta sulla nuova All-Electric MINI Cooper creando un'esperienza ancora più

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



immersiva.

Il nuovo DNA del MINI Sound si basa sui valori essenziali del marchio ed emana un'aura positiva e carismatica. Le MINI Experience Modes diventano il palcoscenico in cui entrano in scena queste atmosfere sonore totalmente nuove. Strumenti analogici, tecnologia digitale e intelligenza artificiale si combinano per generare suoni che definiscono la MINI del futuro, trasmettono informazioni e suscitano emozioni.

Il repertorio comprende suoni di guida completamente nuovi nell'abitacolo, un suono inconfondibile per distinguere la MINI all'esterno, jingle per le nuove MINI Experience Modes e nuove notifiche sonore per le funzioni di informazione e di avvertimento.

Un'altra componente delle atmosfere sonore completamente nuove della nuova famiglia MINI sono le cosiddette earcons. Simili alle icone ottiche, servono come simboli acustici distintivi per segnalare determinati eventi o informazioni.

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/>