

MINI LIVING – Sí Molestar

MINI presenta la instalación durante el Salone Internazionale del Mobile 2016 en Milán.

Múnich / Milán; 14 de abril 2016.- El “uso creativo del espacio” siempre ha estado en el centro de la marca MINI. Ahora, con la instalación “MINI LIVING”, la marca británica está demostrando durante el Salón Internacional del Mobiliario 2016 (Salone Internazionale del Mobile) en Milán cómo este principio también se puede aplicar al espacio de vivienda urbana. MINI LIVING aborda uno de los desafíos más grandes de la vivienda urbana – la escasez de viviendas atractivas y asequibles – y ofrece una solución potencial en forma de un concepto moderno de vivienda compartida. “MINI siempre ha sido una marca esencialmente urbana, una marca para la ciudad, y aquí es también donde viven muchos de nuestros clientes”, afirma Esther Bahne, Directora de Estrategia de Marca e Innovación Empresarial en MINI. “Debemos tomar un enfoque holístico para la ciudad y pensar en soluciones que sean relevantes para las necesidades de las personas que viven ahí. De eso se trata la instalación MINI LIVING.”

Compartir significa más para todos.

La instalación se centra en un departamento de 30 metros cuadrados que forma parte de un micro-vecindario de departamentos similares (los otros departamentos sólo se sugieren en la instalación). Módulos de estantes plegables forman las paredes del departamento; integrados en estos módulos se encuentran una gran variedad de elementos y sistemas tales como una unidad de cocina, un lugar de trabajo y un sistema de música. Los estantes se pueden abrir para dar acceso a varios objetos y funciones, al abrirlos, el espacio interior del departamento se puede combinar y reconfigurar de muchas formas diferentes, proporcionando el contexto adecuado para todo tipo de actividades espontáneas y experiencias únicas. Al plegar la cocineta y un sistema de música, por ejemplo, se crea el espacio perfecto para una fiesta en la cocina con la euforia del momento. MINI LIVING convierte el “compartir” en una aventura por sí misma. Los habitantes que hacen su espacio y sus funciones de vivienda individual compartibles con la comunidad en general pueden literalmente “abrirse” a una interacción y a experiencias que no podrían ser posibles en un espacio privado convencional. “Con la instalación MINI LIVING, estamos buscando ser parte de un debate acerca de las formas futuras de la vivienda compartida. En la ciudad, cada vez más personas deben compartir espacios que son cada vez más escasos y finitos. Vemos un gran potencial en esta situación para hacer la vivienda urbana más comunitaria y recíproca. La instalación combina ambos lados de la ecuación dentro de una huella compacta – es tanto un refugio de privacidad como una interfaz para la comunidad en general”, afirma el gerente del proyecto MINI LIVING, Oke Hauser.

Privacidad vs. Comunidad.

Siendo un espacio cerrado, MINI LIVING proporciona a sus habitantes toda la seguridad de vivienda en sus propias cuatro paredes, debido a que esas paredes son flexibles, la instalación difumina los límites normales entre lo privado y lo comunitario. Cuándo y hasta qué grado los habitantes realmente quieran compartir su espacio y su tiempo con la comunidad que les rodea depende totalmente de ellos. Sin embargo, como el lema general de la instalación MINI LIVING, “Sí Molestar”, lo implica, este concepto ha sido diseñado específicamente para fomentar la interacción y proporcionar una alternativa a la anonimidad urbana. Los visitantes pueden experimentar con los elementos flexibles de la instalación para descubrir por ellos mismos todas las diferentes posibilidades que se pueden lograr en el espectro entre un espacio de vivienda “abierto” y uno “cerrado”.

Conocimiento compartido – el concepto cooperativo detrás de MINI LIVING.

En la etapa del concepto y el diseño de MINI LIVING, MINI ya pudo poner en práctica el principio central detrás de esta instalación – que “compartir significa más para todos”. Al dar forma a su visión de vivienda urbana futura, MINI buscó el apoyo de dos socios que enriquecieron este proyecto con sus muchos años de experiencia y su propia perspectiva sobre el tema de la vivienda urbana. Los arquitectos japoneses de diseño On en Yokohama contribuyeron con su experiencia de una gran variedad de proyectos relacionados con las micro-viviendas y con la vivienda colaborativa, mientras que las oficinas de Berlín de asesoramiento de ingeniería internacional Arup proporcionaron su apoyo en la parte técnica. A través de este enfoque compartido, MINI LIVING ha proporcionado una interpretación vanguardista de una visión de habitación urbana que ninguno de los participantes podría haber logrado por sí solo.

MINI – ayudando a definir la vivienda urbana.

MINI LIVING pasa a la siguiente etapa lógica que siempre había sido la misión detrás de la marca MINI desde el día uno: la misión de mejorar la calidad de la vida urbana. En 1959, MINI ya ofrecía una solución inteligente a uno de los problemas más relevantes de ese momento, ofreciendo movilidad urbana a un precio asequible. La solución tomó la forma de un vehículo que combinaba una funcionalidad elevada y una emoción de conducción máxima con los requerimientos de espacio mínimo en el camino. Incluso en ese entonces, ofreciendo un “uso creativo del espacio”, MINI probó que incluso un vehículo pequeño puede ser extremadamente emocionante. Y en las generaciones que siguieron continuó configurando la agenda para una movilidad urbana personalizada. Hoy en día, el encontrar espacios de vivienda atractivos y asequibles es uno de los desafíos más grandes de la vida urbana, y no sólo para las personas jóvenes y para las familias que apenas empiezan. También aquí, la respuesta recae en el uso creativo del espacio. MINI LIVING aplica la esencia de la marca a más áreas de vida urbana no relacionadas con el automóvil. Una vez más, el acento se encuentra en sacar el máximo potencial de la huella física más pequeña posible.

Los visitantes pueden experimentar la instalación MINI LIVING del 12 de abril al 17 de abril de 2016 en 18 Via Vigevano, Milán, Italia, durante el Salón Internacional del Mobiliario 2016 (Salone Internazionale del Mobile).

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 30 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2015, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 247 mil vehículos y alrededor de 137 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2015 fue de aproximadamente 9 mil 22 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 92 mil 18 millones de euros. El 31 de diciembre de 2015, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 122,244 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Acerca de BMW Group México

BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y celebró en 2014 el 20 aniversario de presencia en México. El Grupo anunció en julio de 2014, la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí; los trabajos de preparación en el terreno ya iniciaron y actualmente se están realizando los primeros procesos de reclutamiento a través de www.bmwplantarh.com.mx

Actualmente comercializa las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad. Cuenta con 35 distribuidores BMW, 27 ofrecen la marca MINI y 20 BMW Motorrad. Todos ellos localizados tanto en el D.F. como en las principales ciudades de la República: Aguascalientes, Cancún, Chihuahua, Culiacán, Guadalajara, Hermosillo, León, Mérida, Monterrey, Morelia, Oaxaca, Pachuca, Puebla, Querétaro, Saltillo, San Luis Potosí, Tampico, Tijuana, Toluca, Torreón, Veracruz y Villahermosa. Generando más de 1,500 empleos directos en toda la Red.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa en todo el país, que ofrece atención a clientes durante las 24 horas del día. Para mayor información de productos y servicios puede consultar www.bmw.com.mx, www.mini.com.mx y www.bmw-motorrad.com.mx.

Para mayores informes favor de contactar a:

Zolveing Zúñiga
BMW Group México
Tel.: (0155) 9140-8747

Allan Díaz / Rocío Pavón
Porter Novelli
Tel.: (0155) 5010-3246/ 5010-3270

www.press.bmwgroup.com/mx.html

Facebook: <https://www.facebook.com/BWMMexico>

Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.Mexico>

Twitter: <https://twitter.com/#!/BWMex>

Twitter: <https://twitter.com/#!/MINImexico>

BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>

BMW Youtube channel: <http://www.youtube.com/user/BMW>