

MINI FASHION – MINI México y Promotora Nacional presentan MINI Collection 2018 en colaboración con la marca de objetos de piel “Lo Esencial”.

Se fortalece la alianza entre MINI México y Promotora Nacional para impulsar el talento de diseñadores independientes y fomentar lo hecho en el país.

Ciudad de México, 23 de mayo de 2018.- Por segundo año consecutivo MINI México y Promotora Nacional unen esfuerzos y presentan MINI Collection 2018 en colaboración con la marca de objetos de piel “Lo Esencial”; con el objetivo de impulsar el talento independiente local y fomentar lo hecho en el país.

MINI a través de sus plataformas MINI Living y MINI Fashion ha realizado colaboraciones a nivel global para crear comunidades que impulsen a diseñadores independientes en los ámbitos de arquitectura y moda. En México, MINI consolidó la alianza estratégica con Promotora Nacional a finales de abril de 2017. Durante este tiempo se han desarrollado diferentes proyectos que se van sumando a MINI Collection. En 2017 MINI México y Promotora Nacional consolidaron la colaboración con la marca de moda contemporánea Children of Our Town (COOT), que dio como resultado el desarrollo de un pattern (diseño) y 40 piezas de ropa inspirados en MINI.

Para 2018, MINI México y Promotora Nacional buscaron dar continuidad al proyecto con COOT, por lo que decidieron vincularse con una marca que complementara las piezas realizadas en 2017: “Lo Esencial”. La marca mexicana de objetos fabricados en piel genuina, dirigida por el diseñador Adolfo Navarro, se añade como aliado estratégico para fortalecer los valores de MINI Fashion.

El 22 de mayo se realizó la presentación a medios de comunicación de esta nueva alianza entre MINI México, Promotora Nacional y “Lo Esencial”. En el evento estuvieron presentes: Ricardo Humphrey, Director de MINI para México, Latinoamérica y el Caribe; Joanna Ruíz Galindo, Socia Fundadora de Promotora Nacional; Adolfo Navarro, Director de Diseño “Lo esencial”; Natalia Ferriz, Directora de Children of Our Town (COOT).

“A través de las diversas estrategias de MINI Fashion, hemos ampliado nuestro contacto con la increíble red de talentosos diseñadores mexicanos, y este alcance nos ha dado visibilidad de marcas que plasman autenticidad y que se identifican con el ADN de MINI al 100%. En cuanto conocimos el excelente trabajo que realiza Adolfo Navarro con todo su equipo, nos entusiasmó trabajar de la mano y crear esta magnífica colección.” comentó Ricardo Humphrey, director de MINI para México, Latinoamérica y El Caribe.

Uno de los modelos de la marca británica que ha cobrado más relevancia entre sus clientes es el MINI Clubman. Por lo anterior la colaboración entre MINI y “Lo Esencial” busca resaltar la personalidad de este vehículo: The Gentleman. El resultado será una colección de 2 piezas simples con capacidad de interconexión, que pretenderá ampliar la visión de aprovechamiento creativo de espacios a objetos que se utilizan a diario. La presentación oficial de este trabajo en conjunto se llevará a cabo en “La Atalaya Design Fair” en octubre de este año.

“En ‘Lo Esencial’, nos emociona en gran medida formar parte de esta alianza colaborativa con una marca como MINI. Consideramos que podemos generar una gran colección,

fusionando nuestra metodología resolutive de productos con la visión global creativa y el legado de la marca inglesa, logrando objetos trascendentes en todos los ámbitos”- agrega Adolfo Navarro, Director de Diseño Lo Esencial.

Marca “Lo Esencial”

“Lo Esencial” es una marca de objetos utilitarios fabricados en piel genuina creada por el diseñador mexicano Adolfo Navarro en 2013. El propósito de la marca es diseñar más que objetos, experiencias; diseñar piezas que realmente entablen un diálogo coherente entre la interacción, las necesidades cotidianas actuales y el estilo único de cada persona.

Los productos de la marca no pretenden ser un referente de moda exclusiva e incoherente, sino piezas honestas, de gran calidad, cuya funcionalidad y sencillez se reflejen en cada uno de sus detalles y materiales. Cada colección y objeto tiene detrás un arduo proceso de creativo, mediante una filosofía propia de Diseño Configurativo, por lo que su utilidad es notoria desde el primer uso. El objetivo es que las personas tengan una mayor apreciación hacia el objeto, interactuando de una mejor manera ellos, durante el mayor tiempo posible.

Acerca de Adolfo Navarro

Adolfo Navarro es diseñador Industrial por la Universidad de Guadalajara. Fundador de “Lo Esencial”, marca de objetos utilitarios que enfatiza en la funcionalidad mediante el apropiado uso de piel genuina como material, de la cual hoy en día es director creativo. El trabajo de Adolfo se caracteriza por explorar posibilidades y maximizar la utilidad y funcionalidad de los objetos, logrando nuevas maneras de interacción y simplificación mediante una metodología propia de Diseño Configurativo.

Entre los reconocimientos que ha obtenido destacan 2 menciones honoríficas en el Premio Nacional de Diseño (2016), el primer lugar en el Concurso Nacional de Diseño de Mueble (DIMUEBLE, 2015), así como Mención honorífica en la Bienal Nacional de Diseño (2017), entre otros. Ha sido también ponente en universidades como la Universidad Autónoma de Zacatecas, Universidad Autónoma de Guadalajara y UdeG, y ha trabajado para clientes nacionales e internacionales como Casa Bobadilla, Notwaste, Tejuino.mx, Colibrí 3D, Bunkhouse Group (USA), Outback Ventures (India), Euphonia, entre otros. Actualmente se desempeña como fotógrafo y director creativo de la marca “Lo Esencial”.

Acerca de Promotora Nacional

Promotora Nacional nace en el 2010, como la principal plataforma de impulso y comercialización de diseño independiente en México. Con una trayectoria de ocho años sus eventos se han vuelto una referencia del México contemporáneo, en donde se presentan tendencias, procesos creativos, ideologías, movimientos y propuestas que de otra manera resultaría difícil conocer.

Promotora Nacional fomenta lo hecho en México, impulsa al talento local y estimula de manera positiva y activa la exportación, a través de sus dos principales proyectos: La Lonja Mx y Atalaya Design Fair.

La Lonja Mx es un mercado itinerante de diseño que surge con el objetivo de promover y enaltecer la cultura contemporánea mexicana. Reúne a los mejores diseñadores y productores, en donde a través de cada edición ha creado una nueva experiencia de compra en un ecosistema en donde el aspecto comercial, cultural y social convergen de manera única.

Atalaya Design Fair es una feria internacional de diseño mexicano y latinoamericano, que se realiza una vez al año en la Ciudad de México, con la finalidad de comercializar y expandir el mercado para la industria creativa, celebrar los procesos artesanales y generar oportunidades de negocio a gran escala.

La misión del proyecto es promover y comercializar los mejores proyectos de diseño mexicano y latinoamericano en sus diferentes ramas, expandir el mercado y generar un espacio único de negocios y establecer nuevas relaciones comerciales entre diseñadores y compañías nacionales y transnacionales que buscan comprar directamente de los estudios.

Para mayor información de nuestros eventos:

Lorenza Amor

Directora de Patrocinios y Alianzas

T. (+52 55) 6725 0671

lorenza@promotoranacional.com

www.lalonia.mx

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

Twitter: <https://twitter.com/laloniajmx>

Instagram: <https://www.instagram.com/laloniajmx/>

www.atalayadf.com

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

Twitter: <https://twitter.com/atalayadf>

Instagram: <https://www.instagram.com/atalayadf/>

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, 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 31 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2017, el Grupo BMW vendió 2 millones 463 mil 500 vehículos y más de 164 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2016 fue de aproximadamente 9 mil 67 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 94 mil 16 millones de euros. El 31 de diciembre de 2016, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 124,729 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, Latinoamérica y el Caribe

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2014 el 20 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual iniciará operaciones en el 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.



México, Latinoamérica y el Caribe.



La región de BMW Group en México, Latinoamérica y el Caribe se compone de 26 países: Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 26 ofrecen la marca BMW, 19 ofrecen la marca MINI, 13 la marca BMW Motorrad y 4 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

Vladimir Mello	vladimir.mello@bmw.com.mx
Juan Bernardo Vázquez Mellado	bernardo.vazquezmellado@bmw.com
Zolveing Zúñiga	zolveing.zuniga@bmw.com.mx
Edgar Téllez	edgar.tellez@bmw.com.mx
Tania Gómora	tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Almut Stollberg	almut.stollberg@bmw.de
Elizabeth Arreguín	elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
Allan Díaz	allan.diaz@partner.bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Dan Christian Menges	Christian.Mengues@bmw.com.ar
----------------------	--

Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli

Martha Reséndiz	Teléfono: 52 5 5010 3210	martha.resendiz@porternovelli.com
Claudia Ledezma	Teléfono: 52 5 5010 3279	claudia.ledezma@porternovelli.com
Pablo Durán	Teléfono: 52 5 5010 3214	pablo.duran@porternovelli.com

www.press.bmwgroup.com/mx.html

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

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