

Informacja prasowa

17 listopada 2020

MINI x Paul Smith. **Ikony designu dla zrównoważonej** **przyszłości.**

Monachium. MINI i projektant Paul Smith zapowiadają drugą współpracę od 1999 roku. Obydwoje to nie tylko prawdziwie brytyjskie instytucje o silnej tradycji – łączy ich również ambicja ciągłego rozwoju, aby przyszłość z ich produktami była lepsza. Obie marki zawsze dążyły do odpowiedzialnego obchodzenia się z dostępnymi zasobami i wykorzystywania ich w maksymalnie efektywny sposób. Kontynuując swoją udaną współpracę, obie marki rozpoczynają kreatywny dialog w celu wspólnego opracowywania rozwiązań projektowych, które w jeszcze większym stopniu niż dotychczas koncentrują się na kwestii zrównoważonego rozwoju.

Zrównoważony rozwój jako stan umysłu.

Już podstawowe założenie pierwszego Mini było oparte na idei zrównoważonego rozwoju: w samym środku kryzysu naftowego powstał samochód rodzinny, który oferował maksymalną przestrzeń i frajdę z jazdy przy minimalnym zużyciu materiałów i zasobów. Zanim jeszcze mówiło się o zrównoważonym rozwoju, klasyczne Mini pokazało, jak wiele więcej można wyciągnąć z ograniczonych zasobów. Istotnym elementem tego procesu była redukcja. Temat ten był więc zawsze integralną częścią wewnętrznej postawy MINI.

— Kontynuujemy ideę zrównoważonego rozwoju pierwszego Mini. Jej wyrazem jest MINI Vision Urbanaut – nasza wizja przestronnego i wielofunkcyjnego modelu MINI: również on oferuje maksymalną przestrzeń na minimalnej powierzchni. Daje także więcej scenariuszy użycia auta niż kiedykolwiek wcześniej. Wnętrze zawiera m.in. materiały pochodzące całkowicie z recyklingu. Jednocześnie całkowicie rezygnujemy ze skóry i chromu — wyjaśnia Oliver Heilmer, szef działu projektowania MINI.

Sir Paul Smith kontynuuje: — Kluczem do wielu kultowych projektów jest dla mnie prostota. Innymi słowy nie to, co się dodaje, tylko to, co się

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
*48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05
www.bmw.pl

Informacja prasowa

Data 17 listopada 2020

Temat MINI x Paul Smith.

Strona 2

pomija. W modzie koncepcje są podobne. Dla marki Paul Smith, podobnie jak dla MINI, zrównoważony rozwój zawsze był naturalnym podejściem, zanim jeszcze to słowo było na ustach wszystkich. Zawsze szukaliśmy odpowiedzialnych materiałów i warunków produkcji. Wykorzystanie opakowań z recyklingu, redukcja odpadów tekstylnych i zasilanie naszych sklepów energią ze źródeł odnawialnych to tylko niektóre z naszych działań i stale szukamy sposobów, aby robić jeszcze więcej. — Dla Olivera Heilmera współpraca jest więc kolejnym logicznym krokiem: — Zbliżamy się do siebie poprzez łączące nas podobieństwa, a następnie inspirujemy i wzbogacamy się nawzajem poprzez różnice pomiędzy branżą mody i przemysłem motoryzacyjnym. Bo nie ma przyszłości bez zrównoważonego rozwoju.

MINI i Paul Smith.

Sir Paul Smith jest jednym z najsłynniejszych brytyjskich projektantów mody męskiej. Znany jest z twórczej estetyki łączącej tradycję i nowoczesność. Pod koniec lat 90. stworzył wspólnie z MINI limitowaną edycję specjalną klasycznego Mini polakierowaną w zaprojektowanym przez siebie kolorze niebieskim i wyposażoną w pasujące antracytowe obręcze kół ze stopów lekkich. Co najmniej tak samo popularny stał się zaprezentowany na 40. urodziny klasycznego Mini unikatowy model, który Smith ozdobił typowym dla siebie wzorem w kolorowe pasy.

Wkrótce udostępnimy więcej informacji na temat planowanej współpracy.

Informacja prasowa

Data 17 listopada 2020

Temat MINI x Paul Smith.

Strona 3

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2019 firma BMW Group sprzedała ponad 2,5 miliona samochodów oraz ponad 175 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2019 wyniósł 7,118 mld euro przy obrotach wynoszących 104,210 mld euro. Według stanu na dzień poniedziałek, 31 grudnia 2019 r. w BMW Group było zatrudnionych 133 778 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Dlatego też integralną część strategii firmy stanowią: zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu dostaw, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Polska>

Twitter: https://twitter.com/BMW_Polska

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

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group-polska/>