

Informação à Imprensa  
27 de Julho de 2022

## **MINI Concept Aceman: o primeiro modelo crossover totalmente elétrico da nova família MINI**

**A MINI apresenta um novo conceito para o segmento de pequenos veículos premium: puramente elétrico, sem materiais cromados nem couro, com uma linguagem de design completamente nova e uma digitalização avançada.**



A nova família MINI começa a ganhar forma. A marca britânica, pertencente ao BMW Group, apresenta agora o MINI Concept Aceman, a antevisão do novo design da futura geração de modelos da marca. Este conceito destaca não só o novo design como as inovações tecnológicas que a MINI tem vindo a definir como o futuro da marca.

O projeto do primeiro modelo crossover da MINI para o segmento de pequenos veículos premium reúne características que projetam o prazer de condução da marca no futuro: desde uma condução puramente elétrica a uma linguagem de design clara e simples e um conceito de material que não usa materiais de couro ou cromados, bem como uma nova experiência digital do utilizador.

“O MINI Concept Aceman proporciona um vislumbre de um veículo completamente novo, preenchendo o espaço entre o MINI Cooper e o MINI Countryman no futuro da família da marca”, diz Stefanie Wurst, responsável da marca. “Este conceito mostra como a MINI se está a reinventar para um futuro totalmente elétrico e reforça aquilo que a marca representa: uma

“sensação eletrificada, uma experiência digital imersiva e um forte foco numa pegada ambiental mínima.”

O interior do MINI Concept Aceman também é dominado por um design simplista com contornos claros e detalhes cuidadosamente executados. O painel, com um design plano, estende-se por toda a largura do interior e forma o palco ideal para o instrumento central, que pela primeira vez é projetado como um display OLED redondo. Desta forma, o projeto combina tecnologia digital avançada com recursos de design tradicionais de uma forma característica da MINI.

“No interior do MINI Concept Aceman, concentrámo-nos numa aparência simplista em combinação com materiais premium e cores acolhedoras. A digitalização permite-nos contentar com poucos elementos operacionais e, ao mesmo tempo, maximizar a experiência como é característica da MINI”, explica Oliver Heilmer, responsável de design da marca. “Todo o design visa oferecer aos ocupantes uma experiência holística no espaço interior.”

A conexão emocional entre o MINI Concept Aceman e os seus utilizadores é reforçada por um conceito operacional digital contínuo e uma experiência holística do utilizador que consiste em luz, movimento, interação e som. Mesmo quando o condutor se aproxima do veículo, o MINI Companion, uma animação baseada em sensores, oferece um cenário de boas-vindas composto por efeitos de luz e som, que continua no espaço interiores depois da abertura das portas.

Os novos modos de experiência apresentados no MINI Concept Aceman oferecem também opções adicionais de personalização.

**Para mais informações, por favor contactar:**

**Adagietto**

Pedro Pina

[pedro.pina@adagietto.pt](mailto:pedro.pina@adagietto.pt)

Rita Magalhães

[rita.magalhaes@adagietto.pt](mailto:rita.magalhaes@adagietto.pt)**BMW Group Portugal**

João Trincheiras, Corporate Communications Manager

[joao.trincheiras@bmw.pt](mailto:joao.trincheiras@bmw.pt)**Sobre o BMW Group**

Com as suas marcas BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad o BMW Group é o construtor premium de automóveis e motocicletas mais bem-sucedido do mundo, oferecendo também serviços financeiros e de mobilidade. Em termos globais, o BMW Group detém 31 fábricas em 15 países e uma rede global de vendas em mais de 140 países.

Em 2021, o BMW Group atingiu um volume global de vendas de mais de 2.5 milhões de automóveis e mais de 194.000 motocicletas. O resultado em 2020, antes de impostos, foi de 5.222 mil milhões de euros, num total de 98.990 mil milhões de euros de volume de negócios. Em 31 de Dezembro de 2020, a empresa empregava um total de, aproximadamente, 120.726 colaboradores.

O sucesso do BMW Group tem sido, desde sempre, construído numa ótica de longo prazo e assente numa conduta responsável. A empresa estabeleceu as bases para o futuro cedo e de forma consistente tornou a sustentabilidade ecológica e a gestão eficiente de recursos o centro da sua estratégia, em toda a sua cadeia de valores, desde a distribuição à produção, até ao fim da utilização de todos os produtos.

**BMW  
GROUP**

Comunicação Corporativa

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>



ROLLS-ROYCE  
MOTOR CARS LTD