MINI
CORPORATE COMMUNICATIONS

Comunicat de presă
13 decembrie 2017

Noul logo MINI debutează pe modelele mărcii cu începere din 2018

Interpretarea actuală a logoului mărcii combină elementele stilistice de la începuturile Mini clasic cu un design modern, care se concentrează pe elementele esenţiale - cel mai recent capitol din istoria variată a siglei MINI va fi vizibil pe toate modelele MINI cu începere din 2018: pe capotă şi în spate, în centrul volanului şi pe telecomandă.

Bucureşti/München. În centrul noii identităţi a mărcii MINI se află o conştientizare a valorilor tradiţionale, combinate cu spiritul inovaţiei. Această filosofie se reflectă şi în aspectul vizual al mărcii premium britanice, elementul central fiind logo-ul mărcii MINI. Interpretarea actuală a logo-ului familiar la nivel global are forma unui design redus care se concentrează pe elementele esenţiale. Acesta va fi văzut pe toate modelele MINI actuale cu începere din martie 2018.

Noul logo MINI este o evoluţie de la formula tridimensională care a existat de la relansarea brandului în 2001, aplicând acest lucru unei forme de expresie vizuală cunoscută sub numele de "design plat", care găzduieşte principalele elemente grafice. Conservarea motivului fundamental şi tradiţional al unei roţi înaripate, cu numele mărcii tipărit cu majuscule în centru, asigura ca logo-ul va fi recunoscut imediat. Evitarea deliberată a umbrelor şi a tonurilor gri generează un efect alb-negru puternic contrastant, care transmite autenticitatea şi claritatea noii identităţi a mărcii, caracterul său bidimensional permiţând, de asemenea, aplicarea universală. Noul logo va fi aplicat pe toate modelele MINI - pe capotă, în spate, în centrul volanului şi pe telecomandă.

Cel mai recente redesign oferă un alt capitol din istoria variată a siglei MINI. Există o similitudine marcantă cu semnul introdus pentru clasicul Mini la mijlocul anilor '90. De asemenea, la acel moment a apărut numele mărcii scris cu majuscule în mijlocul

unui cerc cu aripi stilizate.

Această combinaţie a simbolurilor roţilor şi aripilor datează încă din primii ani ai clasicului Mini. Atunci când British Motor Corporation (BMC) a lansat pe piaţă modelul Morris Mini-Minor împreună cu Austin Seven - identic constructiv - în 1959, primul a purtat logo-ul mărcii Morris. Acesta avea un taur roşu şi trei valuri albastre - simbolul oraşului Oxford -, care apărea într-un cerc cu două aripi stilizate la stânga şi la dreapta. În schimb, cel de-al doilea - care a fost numit Austin Mini din 1962 - a purtat logo-ul său hexagonal deasupra grilei radiatorului, prezentând inscripţia şi emblema mărcii. Variante individuale ale revoluţionarului automobil de clasă mică au apărut sub două alte nume din familia de mărci BMC - Wolseley şi Riley. Wolseley Hornet şi Riley Elf se diferenţiau design, beneficiind nu doar de o caroserie modificată şi accesorii exclusiviste, dar şi de propriul logo, distinctiv pentru fiecare marcă în parte.

Abia în 1969, versiunile multiple ale clasicului Mini ajunge la final. De atunci, automobilul a fost produs exclusiv la uzina Longbridge din Marea Britanie şi, în acelaşi timp, i-a fost atribuită o singură denumire de model, Mini. Pentru a marca acest pas, clasicul Mini a primit şi o nouă siglă: motivul a fost o emblemă clasică, cu un design abstract care nu avea nici din simbolurile originale. Aşa-numitul scut Mini a rămas zeci de ani în uz, designul său fiind adaptat în mai multe rânduri. Numeroasele modele Mini clasice speciale au primit logo-uri proiectate individual, deşi toate au fost bazate pe formatul universal al emblemei.

Noua ediţie Mini Cooper din 1990 a înregistrat o schimbare a acestor principii stricte: atunci a existat o revenire la designul tradiţional al logo-ului şi un accent pe meritele sportive ale clasicului Mini. O roată cromată cu aripi stilizate a reflectat sigla Morris Mini-Minor, dar, în loc de taur şi valuri, inscripţia roşie "MINI COOPER" a apărut acum cu o coroană de laur verde pe un fundal alb. În 1996, această variantă a fost utilizată şi pentru celelalte modele, cu fundal modificat şi inscripţia "MINI" - inscripţia luminoasă pe fundal verde.

Doar câţiva ani mai târziu, în timpul pregătirilor de relansare a mărcii - care astăzi aparţine BMW Group -, s-a luat decizia de a redefini nu doar identitatea MINI, ci şi logoul său. În acest caz, designul logoului utilizat cel mai recent pentru clasicul Mini a fost luat ca bază şi modernizat în mod constant. La premiera sa, în noiembrie 2000, modelul MINI modern a apărut cu un logo tridimensional de înaltă calitate, cu inscripţia albă a mărcii pe fundal negru. Roata cromată şi aripile stilizate au rămas neschimbate timp de aproape 15 ani şi au devenit simbolul familiar la nivel mondial pentru condusul distractiv, stilul individual şi calitatea premium într-un automobil mic al secolului XXI. De asemenea, noul logo MINI reflectă un angajament clar faţă de tradiţia brandului britanic, care se întinde acum pe aproape 60 de ani.

Pentru informaţii suplimentare, vă rugăm contactaţi:
BMW Group România
Alexandru Şeremet
Tel.: +40-726-266-224
E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group
Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce şi BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile şi motociclete şi oferă servicii financiare şi de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 31 de facilităţi de producţie şi asamblare în 14 ţări şi are o reţea de vânzări în peste 140 de ţări.

În 2016, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,367 milioane de automobile şi 145.000 motociclete. Profitul brut a fost de aproximativ 9,67 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 94,16 miliarde de euro. La 31 decembrie 2016, BMW Group dispunea de o forţă de muncă de 124.729 de angajaţi.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung şi pe acţiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic şi social prin lanţul de valori, responsabilitatea vastă a produselor şi un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro
Facebook: http://www.facebook.com/BMW.Romania
Twitter: http://twitter.com/bmwromania
YouTube: http://www.youtube.com/bmwgroupromania
Site-uri de presă:
www.presa.bmw.ro
www.presa.mini.ro
www.press.bmwgroup.com

MINI
CORPORATE COMMUNICATIONS

Comunicat de presă

Dată 13 decembrie 2017

Titlu Noul logo MINI debutează pe modelele mărcii cu începere din 2018

www.press.bmwgroup-sport.com