

MINI COMUNICACIÓN CORPORATIVA



Información para los medios
9 de septiembre de 2021

MINI y el IAA Mobility 2021: #BIGLOVE – una sensación que perdura

09.09.2021 | 16:00 CEST

Visiones de movilidad sostenible y ciudades diseñadas para una excelente calidad de vida, nuevos estímulos para la comunidad MINI y un claro compromiso con la diversidad: con su campaña "BIG LOVE from Munich", la marca premium británica dejó su huella en el Salón Internacional del Automóvil y no sólo con el gran mural de la torre "Sugar Mountain" diseñado por el artista Lakwena.

#BIGLOVE es la forma que tiene MINI de mostrar cómo dos simples palabras pueden inspirar una acción positiva. Desde que la marca nació en 1959, MINI se ha dedicado a hacer más con menos y a encontrar las formas más creativas de la utilización del espacio. La actual campaña de la marca británica va un paso más allá. #BIGLOVE es una expresión de la diversidad abrazada en la práctica en todas sus formas, dando la bienvenida a la mentalidad innovadora y a las nuevas ideas sin importar de dónde vengan. En la IAA Mobility 2021 de Múnich, la marca MINI presentó su camino hacia una movilidad más sostenible y un futuro inclusivo para todos, basado en el lema "Todos somos diferentes, pero juntos somos mejores".

Durante la feria, bajo el lema "BIG LOVE from Munich", MINI contribuyó a la revitalización del vibrante emplazamiento industrial de los suburbios de Múnich llamado "Sugar Mountain", centrado en la creatividad, el deporte, la realización personal y la comunidad. El emplazamiento de la antigua fábrica de hormigón está ahora realzado por un mural multicolor en una antigua torre, diseñado por la artista londinense Lakwena Maciver especialmente para la ocasión. El estilo artístico de Lakwena se nutre de declaraciones audaces y colores vivos. Su objetivo es hacer que el arte sea accesible para todos. Por eso pinta principalmente en espacios públicos, llevando el arte a personas que de otro modo no tendrían acceso a él. Este enfoque la convierte en la compañera perfecta de MINI, que se refleja en los mensajes que aparecen en su colorido mural con las palabras "DIFFERENT BUT GOOD TOGETHER" y "BIG LOVE". La instalación seguirá embelleciendo el distrito de Obersendling en Múnich una vez finalizado el IAA Mobility 2021.

“Sugar Mountain” representó el inicio de la campaña de MINI en la IAA “Big love from Munich” con la participación de amigos de MINI en una amplia gama de actividades. Emocionantes partidos en la pista de tenis del World Club, carreras de alta velocidad en la pista de BMX y trucos en el Jam Skate Park: disfrutaron de mucho espacio para practicar deportes de forma espontánea o expresar su estilo personal. También tuvieron la oportunidad de mejorar sus habilidades como DJ en una clase magistral de DJ, con el sonido de ritmos tranquilos que proporcionaron el fondo perfecto para que la gente se reuniera y se relajara en la amplia zona común.

Además, tanto los aventureros como los amantes de las actividades al aire libre, experimentaron una acampada urbana con el AUTOHOME de la marca para el MINI Countryman. Las tiendas de campaña, fabricadas para ponerlas en el techo del coche, han sido producidas por primera vez con materiales reciclados, fabricadas con botellas recogidas del océano y se adaptan plenamente al diseño de la marca y al espíritu pionero de MINI, donde cada día ofrece nuevas aventuras y perspectivas sostenibles.

La campaña BIG LOVE de MINI en el IAA continuó en el pabellón de MINI, en la plaza Lenbachplatz de Múnich, donde los visitantes pudieron participar en diversas actividades, desde culinarias hasta deportivas. Con exposiciones creadas por el diseñador de moda británico Paul Smith, el Pabellón MINI también se transformó en un punto de encuentro de nuevas ideas fascinantes y versátiles. El MINI STRIP, un coche único hecho a medida por Paul Smith en colaboración con MINI, presentado aquí, se centra en los temas de la sostenibilidad y la innovación para una mayor protección del medio ambiente. El MINI STRIP destaca con un enfoque innovador en cuestión de sostenibilidad en la fabricación de automóviles. Guiado por el lema general de “Simplicidad, Transparencia, Sostenibilidad”, el coche muestra ideas inspiradoras para un método de diseño de automóviles más sostenible.

Los visitantes también tuvieron la oportunidad de informarse sobre el futuro diseño de la movilidad individual y los espacios de vida urbanos a través de exposiciones y mesas redondas en las que participaron diseñadores y emprendedores de empresas tecnológicas creativas que reciben apoyo de MINI URBAN-X. Las ideas presentadas se debatieron en directo con los líderes de opinión de la plataforma de diálogo “The Sooner Now” bajo el lema “La ciudad del mañana se hace hoy”.

Así, este diálogo entre visionarios y la comunidad de MINI durante el IAA Mobility 2021 en Múnich se dedicó por completo a temas cruciales de nuestro tiempo a los que se enfrenta MINI como marca: movilidad urbana, sostenibilidad, espíritu cosmopolita e individualidad. De este modo, la marca orientada al futuro, ha podido dejar a su paso estímulos positivos y unos sentimientos que perduran: #BIGLOVE.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el líder mundial en la fabricación de automóviles y motocicletas de primera calidad y también proporciona servicios financieros y de movilidad de primera calidad. La red de producción del Grupo BMW comprende 31 sedes de producción y montaje en 15 países; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2020, el Grupo BMW vendió más de 2,3 millones de vehículos de pasajeros y más de 169.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el año fiscal 2019 fue de 7.118 millones de euros sobre unos ingresos de 104.210 millones de euros. A 31 de diciembre de 2019, el Grupo BMW tenía una plantilla de 126.016 empleados.

El éxito del Grupo BMW siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por lo tanto, la empresa ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, la responsabilidad integral del producto y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.mini.es

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

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

Instagram: <http://instagram.com/miniespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

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