



Información para los medios

14 de diciembre de 2021

MINI, Manu Campa y el arte de ser libre.

Pensar en creativo, ver los retos como oportunidades, tener en cuenta los deseos y necesidades de las personas de forma abierta y poco convencional: todas estas facetas están firmemente ancladas en la tradición de la marca.

Desde que MINI naciera en 1959, se ha dedicado a hacer más con menos, se ha presentado como una marca orientada al futuro que lidera el diseño distintivo, que establece impulsos positivos y que combina la sostenibilidad con las emociones y coloca a las personas en el centro del desarrollo de sus productos.

Esto simboliza el estrecho compromiso de la marca con los seres humanos en toda su diversidad, con el progreso tecnológico, con la responsabilidad social y con el cuidado del planeta en su más amplio significado. Valores que comparte el embajador de la marca Manu Campa.

La unión entre MINI y el artista en este video es una expresión de la diversidad abrazada en todas sus formas, dando la bienvenida a una mentalidad innovadora y a las nuevas ideas sin importar de dónde vengan.

El nuevo MINI Electric le sirve a Manu Campa como vehículo que le acompaña en su día a día para llegar a conseguir la nueva y ansiada realidad y se unen para abanderar ese sentimiento de libertad deseado por cada uno de nosotros. Momentos únicos, lugares y sentimientos que inspiran al artista, y que posteriormente le servirán para plasmar en su obra.

Una pareja insuperable, sin límites, que nos invita a acompañarles por un viaje tanto dentro como fuera de la ciudad. Un camino sin restricciones y que no tiene secretos para ninguno de los dos.

Un viaje que concluye con una promesa de futuro inmediato en el que las barreras mentales y físicas, dejen paso a la libertad como único camino hacia el futuro.

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.



Media information

Date 7 October 2021
Topic **MINI, Manu Campa y el arte de ser libre.**
Page 2

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/MINI.Espana>

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

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

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

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