



Communiqué de presse
23 février 2021

Un nouveau dialogue créatif entre mosaert et MINI Belgique, Suisse, France et Luxembourg.

Mosaert et MINI Belgique, Suisse, France et Luxembourg unissent leurs forces et annoncent leur coopération. Les valeurs communes d'élégance, de créativité et de durabilité sont les éléments constitutifs de ce nouveau dialogue créatif entre MINI et le label créatif de Paul van Haver (Stromae), Coralie Barbier et Luc Van Haver.

Le cœur de la coopération s'articule autour de trois axes : l'utilisation durable des matériaux, des designs élégants et une vision créative. Ce sont trois valeurs importantes que MINI et mosaert partagent. Il y a déjà plus d'un an, l'emblématique label belge et la marque britannique ont entamé un dialogue à la recherche de nouveaux points communs entre le monde de la créativité et du design de l'industrie automobile.

Pourquoi mosaert

Nous sommes très fiers de nous associer au label mosaert car il partage notre vision de la créativité et de la durabilité, explique Pierre Jalady, vice-président et responsable de la région MINI Europe. « Avec ses nombreuses créations originales dans des domaines aussi variés que la musique, la vidéo et la mode, le label s'est forgé une solide réputation internationale. Ceux qui connaissent mosaert savent qu'elle attache une grande importance à une empreinte minimale ainsi qu'à l'élégance - des qualités qui caractérisent également la marque MINI. Dès le début, les deux parties ont eu le sentiment d'être sur la même longueur d'onde et les lignes créatives de cet ambitieux projet ont pu être rapidement définies. »

La durabilité en tant que concept

MINI est une marque durable depuis sa création : conçue en pleine crise pétrolière, elle propose des voitures familiales avec un maximum d'espace et de plaisir de conduite tout en minimisant l'utilisation de matériaux et de ressources. La Mini classique a montré combien on pouvait faire « plus avec moins » - avant même que quelqu'un ne parle de durabilité. « Faire plus avec moins » était un aspect essentiel à l'époque et fait donc partie intégrante de la mentalité MINI depuis les débuts de la marque.

Une collaboration exclusive

Mosaert collabore rarement avec d'autres marques. « Lorsque nous faisons équipe avec une autre marque, il est très important pour nous de partager les mêmes valeurs ainsi qu'une vision commune », nous dit Paul Van Haver (Stromae). « MINI s'inscrit parfaitement dans ce cadre. Les deux marques mettent l'accent sur l'élégance, la créativité et la durabilité. MINI et mosaert sont donc parfaitement assorties, et nous sommes convaincus que cette nouvelle collaboration sera le début d'une grande aventure. »



L'histoire de MINI x mosaert a officiellement démarré avec la publication d'un premier chapitre sur leurs chaînes respectives plus tôt dans la journée. Le dialogue qu'ils entretiennent, chacun de leur côté, devrait déboucher sur un échange inspirant entre le monde de la mode et celui de l'automobile.

À propos du groupe BMW

Avec ses quatre marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, le groupe BMW est le premier constructeur mondial d'automobiles et de motos haut de gamme et fournit également des services financiers et de mobilité de premier ordre. Le réseau de production du groupe BMW comprend 31 sites de production et d'assemblage dans 15 pays ; la société dispose d'un réseau de vente mondial dans plus de 140 pays.

En 2020, le groupe BMW a vendu plus de 2,3 millions de véhicules de tourisme et plus de 169 000 motos dans le monde entier. Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2019 s'est élevé à 7,118 milliards d'euros pour des recettes s'élevant à 104,210 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, le groupe BMW employait 126 016 personnes.

Le succès du groupe BMW a toujours été fondé sur une réflexion à long terme et une action responsable. L'entreprise a donc fait de la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, de la responsabilité globale des produits et d'un engagement clair en faveur de la conservation des ressources une partie intégrante de sa stratégie.

www.bmwgroup.com

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/bmwgroup>

Contact presse :

BMW Group Switzerland

Sven Grützmacher, Direktor Corporate Communications

Email: sven.gruetzmacher@bmw.ch

Tel.: +41 58 269 10 91

Media-Website: www.press.bmwgroup.com