



Comunicato stampa
9 marzo 2021

MINI VOICES: una piattaforma per voci che hanno qualcosa da dire.

Impegno a favore della sostenibilità nel segno dell'innovazione in numerosi paesi europei: MINI sostiene personalità e iniziative di grande ispirazione nelle quali alberga il potenziale di cambiare il mondo. Tra i primi innovatori rientra l'azienda svizzera UMAMI.

Dielsdorf (Svizzera)/Monaco (Germania). MINI lancia un segnale in termini di sostenibilità e impegno sociale. Con MINI VOICES è stata realizzata una piattaforma pensata per personalità e iniziative che racchiudono il potenziale di cambiare il mondo. In diversi paesi europei MINI sostiene in tal modo autentici attori e start-up che, con idee insolite, affrontano le sfide sociali dei nostri giorni e mostrano come sia possibile plasmare un futuro sostenibile e socialmente responsabile. Gli approcci sono molteplici come le nazioni da cui provengono i protagonisti. Con MINI VOICES voi e i vostri progetti otterrete grande risonanza su scala internazionale. La vostra presenza sui social media di MINI vi offre la possibilità di essere fonte di ispirazione in tutto il globo.

La ricerca di soluzioni non convenzionali e l'idea di ripensare ciò che già esiste affonda le proprie radici nella tradizione del marchio automobilistico premium britannico MINI. Con il suo utilizzo creativo dello spazio, già la MINI classica è diventata antesignana di una mobilità efficiente, parsimoniosa nello sfruttamento degli spazi e nel consumo di risorse negli agglomerati urbani. Oggi la MINI Cooper SE completamente elettrica assicura il divertimento al volante tipico del marchio a fronte di emissioni 0 a livello locale.

Al di là della produzione di automobili, MINI abbraccia una lunga serie di attività che hanno lo scopo di migliorare la qualità della vita in ambito urbano. Dal 2016 il MINI Startup Accelerator URBAN-X ha lavorato con oltre 60 start-up che, con le proprie innovazioni, concorrono a migliorare la vita in città rendendola più piacevole, più confortevole, più sostenibile o più avvincente. Con MINI VOICES nasce adesso un'ulteriore opportunità di rintracciare stimoli all'avanguardia per il mondo di domani e divulgarli al grande pubblico.

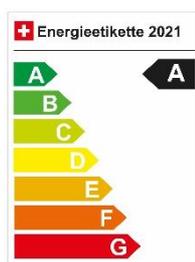
Inventori, fondatori, scienziati, avventurieri e altre voci che hanno qualcosa da dire in materia di sostenibilità e responsabilità sociale trovano in MINI VOICES un palcoscenico internazionale. Tra i primi innovatori presentati su questa piattaforma si annovera l'azienda svizzera UMAMI. A Zurigo, metropoli bancaria svizzera, hanno creato un singolare ecosistema per la produzione di alimenti naturali, che appassiona in egual modo ambientalisti e gourmet. Al quarto piano di un edificio il team della start-up UMAMI produce e tratta i cosiddetti «microgreen». Le plantule, un autentico



concentrato di nutrienti e di gusto, crescono in un impianto basato sul principio della cosiddetta acquaponica. Da una sinergia con pesci e api, danno vita ad un circuito chiuso del tutto privo di additivi artificiali. L'azienda, fondata da Robin Bertschinger, Manuel Vock e Denis Weinberg e presentata da MINI Switzerland a MINI VOICES, ha così plasmato

P90414587

una forma particolarmente innovativa di «urban farming». Intanto i suoi prodotti vengono consegnati, sempre freschi a chilometro zero, anche a locali che operano nell'alta ristorazione a Zurigo.



MINI Cooper SE: consumo di carburante ciclo misto: 0,0 l/100 km;
consumo di elettricità ciclo misto: 16,8–14,8 kWh/100 km;
emissioni di CO₂ ciclo misto: 0 g/km, categoria di efficienza energetica: A.

In caso di domande potete rivolgervi a:
BMW Group Switzerland
Sven Grützmacher, Direttore Corporate Communications
E-mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch
Tel.: +41 58 269 10 91
Sito web media: press.bmwgroup.com



Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

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/>