

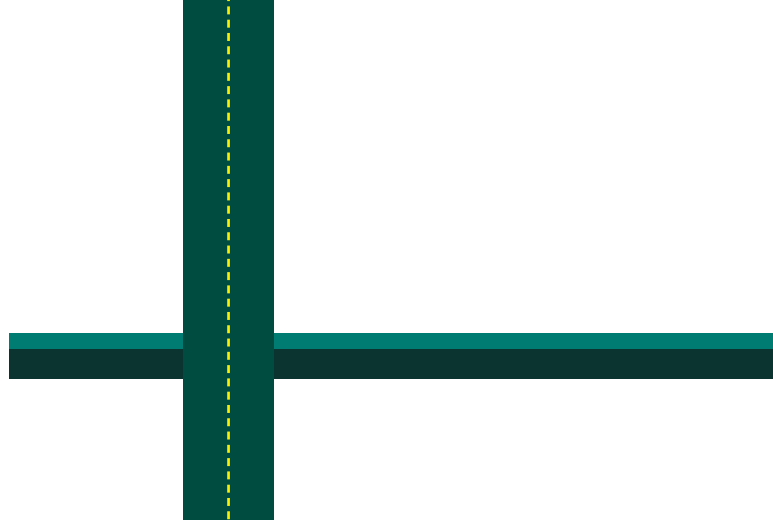
MINI



mosaert

une collaboration
électrique

Avec la collaboration MINI x mosaert, la mode prend la route et l'automobile s'empare du catwalk



Fusionner deux univers que tout semble opposer – la mode et l'automobile –, c'est le pari de mosaert et de MINI. Pourtant, le partenariat sonne comme une évidence pour les deux équipes. En jeu? Le souhait de prendre un tournant (encore plus) durable pour le constructeur automobile avec le lancement d'une voiture électrique. Et l'occasion, pour mosaert, de sortir de la piste: «Quand MINI nous a contactés pour cocréer une voiture, c'était inattendu, mais enthousiasmant, explique Coralie Barbier, styliste du collectif. C'est une marque iconique avec un héritage riche, et le lancement d'un modèle électrique collait avec notre démarche écoresponsable.»

Plusieurs pistes sont explorées par les partenaires pour marquer le coup et les esprits, et c'est finalement la customisation de la MINI Electric qui finit en pole position. «On aime que nos créations parlent au plus grand nombre, qu'elles soient accessibles. On ne voulait pas d'un modèle unique, qui passe d'expo en expo. Ce choix impliquait plus de contraintes techniques, liées à la sécurité et aux choix des matériaux notamment – on parle de 400 voitures, dont 80 produites pour le marché suisse – mais c'était un super terrain de jeu», détaille Luc Van Haver, directeur artistique chez mosaert.

La durabilité comme fil conducteur

Sur le marché de l'automobile, MINI se positionne comme une marque durable depuis ses débuts: conçue en pleine crise pétrolière (1959), elle propose des voitures familiales qui réduisent l'utilisation de matériaux et de ressources. La Mini classique est une preuve que l'on peut faire plus avec moins.

«Lorsque nous faisons équipe avec une autre marque, il est très important pour nous de partager les mêmes valeurs ainsi qu'une vision commune.»

Paul Van Haver (Stromae)

La commercialisation du premier véhicule électrique de la marque, en mars 2020, s'inscrit dans cette démarche écoresponsable. Une valeur fortement partagée par le label créatif: «Ceux qui connaissent mosaert savent qu'il 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 étaient sur la même longueur d'onde», précise Adrian Kwasnitza, Head of Marketing MINI Suisse.

Un dialogue créatif

Tout le monde craque pour la MINI, son design à la fois élégant et intemporel. Cette voiture, indémodable et emblématique, se caractérise par sa simplicité: une teinte monochrome pour le corps et des variantes pour le toit. Un médium à part entière dont s'est emparé le collectif mosaert, réputé pour ses créations colorées, pop et graphiques.

«Une édition en volume limité est une opportunité unique pour MINI. La touche mosaert a un impact très fort et renforce parfaitement le design de notre modèle MINI Electric, c'est la finition la plus exclusive de la gamme.»

Eric Hufschmitt, Product Manager MINI Suisse

«Pour chaque collaboration, on s'intéresse à l'histoire de la marque, à ce qu'elle nous évoque, raconte Coralie. Dans le cas de MINI, c'est le modèle vert au toit blanc cassé des années 60, la British Racing Green, qui nous a sauté aux yeux. Et l'influence british, évidemment. C'était important pour nous d'ajouter une touche mode à la voiture. Le tartan s'est naturellement imposé comme motif principal de cette création.» Un twist dandy, caractéristique de l'esthétique chic mosaert, qui sied si bien à la voiture d'outre-Manche.

Prêt-à-conduire

Ce motif tartan se décline selon une palette de couleurs classique: le vert British Racing Green et le jaune Energetic Yellow du logo électrique de MINI. «On ne voulait pas d'une voiture kitsch, hyperchargée, difficile à assumer au quotidien», précise Luc Van Haver. Ce côté prêt-à-porter était aussi une volonté de la part de MINI.

À la mode du Maestro

De la route au dressing, il n'y a qu'un pas. Une capsule de prêt-à-porter ponctue le lancement de la MINI Electric mosaert Edition. Dans la lignée des précédentes collections du label, les pièces sont unisexes, fabriquées en Europe, à partir de matières 100% recyclées et/ou biologiques, et disponibles en quantité limitée. Côté graphique, pas question de se tenir à carreaux: on retrouve le fameux motif tartan. Mais aussi d'autres clins d'œil aux deux équipes: un imprimé inspiré de la Toile de Jouy – tissu classique et pilier de l'art décoratif –, le nuage – emblème du collectif mosaert – et des couleurs douces. De la poésie à enfiler.

Un envol audacieux

La collaboration entre MINI et mosaert ne s'arrête pas à une voiture customisée et une capsule de vêtements. Un [univers créatif singulier](#) a été pensé autour du projet, ainsi qu'une façon osée de le communiquer, loin des clichés. Pour marquer le lancement officiel de la collaboration le 22 avril 2021, une vidéo et des visuels de campagne poétiques, sur le thème de la lévitation, seront dévoilés. Comme une ode à la légèreté (de l'empreinte carbone de la voiture électrique et des vêtements) et à l'onirisme. «Ensemble, on aimerait véhiculer un message positif et de changement, insuffler un potentiel questionnement, chacun à son échelle, sur l'impact de nos actions et de nos modes de vie, de consommation sur l'environnement», soutient Luc Van Haver.

Informations pratiques

Seulement 400 exemplaires de l'édition spéciale MINI x mosaert ont été produits pour les sites MINI en Belgique, au Liechtenstein, à Monaco, en France et en Suisse. Sur ces 400 exemplaires, 80 seront disponibles à partir du 5 juillet 2021 chez les concessionnaires suisses.

La capsule de prêt-à-porter comporte 18 pièces unisexes et est disponible sur l'e-shop www.store.mosaert.com depuis le 22 avril 2021.

mosaert, dis-moi qui tu es

Le label créatif mosaert – anagramme de Stromae – est fondé fin 2009 à Bruxelles, à l'occasion du lancement du premier album du chanteur intitulé *Cheese*. Stromae, auteur, compositeur et interprète, désire, dès le début de sa carrière, rester producteur de sa musique et, par ce biais, préserver une plus grande indépendance artistique. Ainsi, son label a vocation à chapeauter tout: de la production à la direction artistique, des visuels aux clips, en passant par la mise en scène des shows et des costumes. C'est d'ailleurs inspiré de ces derniers que le label décide en 2014 de continuer la création de vêtements, cette fois non plus pour la scène, mais pour le public, sous le même nom: mosaert.

Loin des rythmes imposés par l'industrie de la mode, mosaert choisit de ne sortir qu'une collection par an, sous forme de capsule numérotée. Les vêtements unisexes sont confectionnés en Europe, à partir de matières recyclées et biologiques. Les pièces affichent une esthétique graphique et colorée qui s'illustre dans des imprimés exclusifs.

En parallèle, mosaert poursuit d'autres projets. Dernièrement, le collectif a signé le film pour appuyer la candidature officielle de Paris aux Jeux Olympiques 2024, le clip d'Orelsan *La pluie*, celui de Dua Lipa *IDGAF*, ou encore la direction artistique du clip *Hostage* de Billie Eilish.

MINI, so British

1959, au milieu de l'austérité d'après-guerre et de la pénurie de carburant, Sir Alec Issigonis transforme la crise en opportunité et développe la marque Mini, en Angleterre. Son créneau? L'utilisation créative de l'espace. Son véhicule se popularise grâce à John Cooper, pionnier du sport automobile, captivé par sa faible consommation d'essence. C'est le début d'une belle aventure pour les deux amis aux personnalités complémentaires: alors qu'Issigonis se concentre sur l'essentiel, l'empreinte minimale, Cooper cherche à maximiser l'expérience du conducteur.

Depuis, MINI ne cesse de séduire par sa petite taille adaptée à la vie urbaine et son design iconique. En mars 2020, le constructeur automobile commercialise son premier modèle 100% électrique. Pour MINI Suisse, c'est l'occasion de repenser sa stratégie marketing et ses partenariats avec les marques et personnalités. C'est alors la ligne de départ d'une étroite collaboration avec le label belge mosaert.

À propos de MINI et de BMW Group

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

En 2020, BMW Group a vendu plus de 2.3 millions de véhicules de tourisme et plus de 169 000 motos dans le monde. Le bénéfice avant impôt de l'exercice 2020 s'est élevé à 5.222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires s'élevant à 98.990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, BMW Group comptait un effectif de 120 726 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été fondé sur une réflexion à long terme et une action responsable. L'entreprise a posé très tôt les jalons de l'avenir et place systématiquement la durabilité et la gestion efficace des ressources au cœur de son orientation stratégique, de la chaîne d'approvisionnement à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits en passant par la production.

Contacts presse



mosaert

BELGIQUE

Gaëlle Birenbaum – pr@mosaert.com

FRANCE

Julien Oliva – julien@latelierrp.com
et Philippine de Mégille –
philippine@latelierrp.com



SUISSE

Sandro Kälin – sandro.kaelin@bmw.ch