

Communiqué de presse n°2930
22 avril 2021

La nouvelle MINI Electric mosaert Edition prête pour le défilé. Communiqué.



Paris. Fusionner deux univers que tout semble opposer – la mode et l’automobile, c’est le pari lancé par MINI et le label créatif belge mosaert. Après plusieurs semaines de teasing, MINI et mosaert dévoilent leur projet : la MINI Electric mosaert Edition. Une édition limitée disponible dès ce 22 avril.

En jeu, le souhait de prendre un tournant encore plus durable pour le constructeur automobile et l’occasion, pour le label mosaert, de sortir de piste. Afin de marquer les esprits, plusieurs voies ont été explorées par les partenaires. En fin de compte, c’est la personnalisation d’une MINI Electric 100 % électrique qui fut retenue. « Quand MINI nous a contactés pour co-crée 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 ».

La durabilité comme valeur commune.

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 minimalistes qui optimisent l’espace et réduisent l’utilisation de matériaux comme de ressources. MINI est la preuve que l’on peut faire « plus avec moins » et la commercialisation du premier véhicule 100% électrique de la marque en mars 2020 s’inscrit dans cette démarche écoresponsable. « 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 Joachim Sas, Sales Manager de MINI Belux, à l’origine du projet.

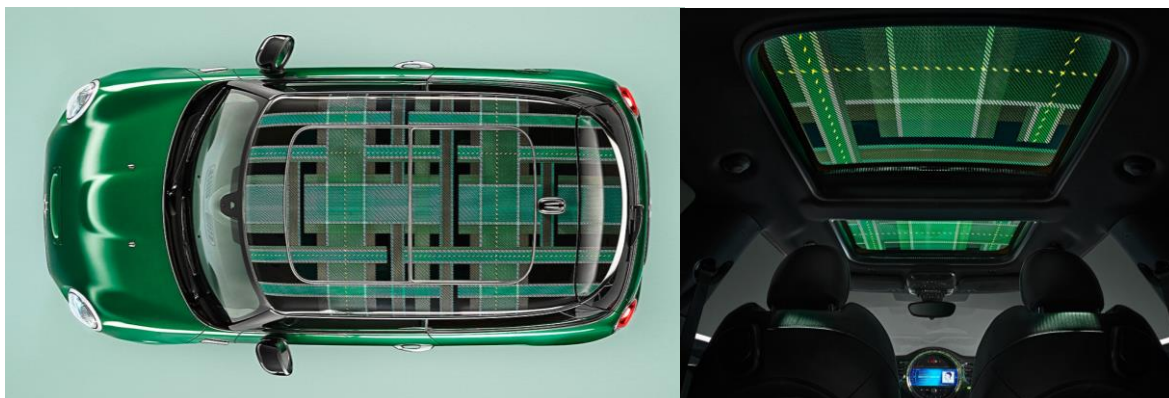
Prêt-à-conduire.

Le design de MINI est élégant et intemporel, mais il se caractérise aussi par sa simplicité : une teinte monochrome pour la carrosserie et des variantes pour le toit. Des caractéristiques dont s'est inspiré le label mosaert. « 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 » explique Alexandre Cuvelier, Product Manager de MINI Belux.

C'est finalement le modèle MINI vert au toit blanc cassé des années 60 qui a retenu l'attention de mosaert. Le tartan s'est alors naturellement imposé comme motif principal de la création. Ce motif se décline selon une palette de couleurs classiques : le vert British Racing Green et le jaune Energetic Yellow du logo MINI Electric. « On ne voulait pas d'une voiture kitsch, hyper chargée, difficile à assumer au quotidien », précise Luc Van Haver. Ce côté prêt-à-porter était aussi une volonté de la part de MINI. Ce n'est pas tout. Une capsule de prêt-à-porter accompagne 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, nous retrouvons le motif tartan assorti aux lignes de la MINI mosaert. Mais également des clins d'œil aux deux équipes : un imprimé inspiré de la Toile de Jouy, le nuage - emblème du collectif mosaert - et des couleurs douces.

Véritable ode à la création, la MINI Electric mosaert Edition sera disponible dès le 22 avril en 400 exemplaires pour la France, la Belgique, le Grand-duché du Luxembourg, la Suisse, le Lichtenstein et Monaco. La capsule de prêt-à-porter se compose de 18 pièces unisexes, à retrouver sur l'e-shop mosaert : store.mosaert.com.

Les **120 MINI Electric mosaert Edition** réservées au marché français sont disponibles au tarif de **41 800 € TTC** client (hors bonus écologique).



Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2020, BMW Group France a immatriculé 67 359 automobiles des marques BMW et MINI et 18 081 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2020, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos. En 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2019, les effectifs de BMW Group étaient de 126 016 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw

Mosaert

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.