

Communiqué de presse n°2875
17 novembre 2020

MINI Vision Urbanaut. **Highlights.**

À l'occasion de #NEXTGen 2020, MINI présente le MINI Vision Urbanaut en exclusivité mondiale – sa toute nouvelle interprétation de l'utilisation intelligente de l'espace. Ce concept numérique offre plus d'espace intérieur et de polyvalence que jamais, mais toujours sur une empreinte minimale.

Concept général.

- À l'occasion de #NEXTGen 2020, MINI présente le MINI Vision Urbanaut - une vision de l'espace sous une toute nouvelle forme, offrant un maximum d'espace intérieur et de polyvalence sur une empreinte minimale.
- Au-delà de la simple conduite, les trois moments MINI « Chill », « Wanderlust » et « Vibe » proposent une large palette d'expériences à bord du modèle Vision.
- Le moment « Chill » fait de la voiture un refuge où il est possible de se ressourcer et de travailler en toute quiétude. Le moment « Wanderlust » est centré sur l'expérience de conduite. Le conducteur a le choix : il peut opter pour les systèmes de conduite autonome ou prendre lui-même le volant du MINI Vision Urbanaut. Quant au moment « Vibe », il place le temps passé avec son entourage au cœur des priorités grâce à un habitacle généreux.
- La carrosserie et l'habitacle se transforment pour permettre au conducteur de profiter pleinement du moment MINI. Design de l'expérience utilisateur, matériaux durables, groupe motopropulseur 100 % électrique complètent le tableau.

Design intérieur.

- Si l'habitacle du MINI Vision Urbanaut est l'environnement idéal pour partir à l'aventure, il constitue également le but ultime du voyage. Une fois la destination finale atteinte, il se métamorphose en salon en un tour de main.
- Quand la voiture est à l'arrêt, le poste de conduite devient un coin salon. Le tableau de bord s'abaisse et se transforme en une « banquette ». L'ouverture du pare-brise permet d'aménager un « balcon sur rue » pour mieux interagir avec l'environnement de la voiture et y augmenter la sensation d'espace.
- Le « coin cosy » à l'arrière est un endroit tranquille. Une « boucle » recouverte de tissu surplombe la banquette et propose un rétro-éclairage d'ambiance à LED.

- La partie centrale de la voiture se caractérise par un espace ouvert. Les sièges sont tous facilement accessibles et peuvent transformer l'habitacle en un véritable salon lorsque la voiture est à l'arrêt. Sur le côté de la voiture opposé à la porte d'entrée, une petite table intégrée avec une plante ajoute une touche finale à l'aménagement intérieur.
- Les interfaces intuitives et discrètes contribuent à créer une atmosphère intime et conviviale et assurent une connectivité embarquée complète.
- L'écran circulaire caractéristique de MINI se trouve sur la table, au centre de la voiture. Il apporte l'information dans la zone où les gens se rencontrent et la rend accessible à tous.
- Le MINI « Token » est la pièce maîtresse des expériences proposées par le MINI Vision Urbanaut. Une fois positionné sur la table, il permet d'activer les trois moments MINI.
- Il est tout à fait possible d'imaginer d'autres MINI moments. Ainsi, « Mon moment MINI » propose au conducteur de personnaliser l'expérience à bord. Il peut ainsi configurer le MINI Token pour instaurer l'atmosphère de son choix en choisissant un parfum, une lumière d'ambiance ou une musique et la retrouver directement par la suite en repositionnant le Token, préalablement configuré, au même endroit.

Design extérieur.

- Les lignes épurées du MINI Vision Urbanaut en un seul volume optimisent l'espace à bord et donnent une nouvelle dimension au leitmotiv de la marque « Creative Use of Space ».
- Emblématiques du design MINI, les phares et la calandre du MINI Vision Urbanaut ont été entièrement repensés.
- Les phares et les feux arrière matriciels s'adaptent à toutes les situations grâce à différentes couleurs et permettent à la voiture d'interagir de manière inédite avec son environnement extérieur.
- Les « jantes skateboard » du MINI Vision Urbanaut arborent des finitions couleur Ocean Wave. Transparentes et rétroéclairées, elles changent d'apparence au gré des moments MINI et représentent une autre façon dont la voiture communique avec son environnement.
- Le montant de custode côté conducteur peut être recouvert d'insignes et d'autocollants en souvenir des régions visitées, des festivals ou événements passés. Ces pièces de collection sont exposées comme dans un musée, derrière une vitrine.
- La plateforme #NEXTGen, sur laquelle est dévoilée en exclusivité mondiale le MINI Vision Urbanaut, a son propre insigne. Un autre insigne arbore un QR code qui, une

fois scanné, montre comment les mondes analogique et numérique se rejoignent également à l'extérieur de la voiture.

Services numériques et durabilité.

- Le MINI Vision Urbanaut s'ouvre à l'aide d'un terminal intelligent qui permet au propriétaire de partager l'accès à sa voiture avec sa famille ou ses proches. Playlists, livres audio et podcasts adaptés à l'occasion sont accessibles à bord. Un planificateur de voyages personnel affiche des recommandations et des points d'intérêt (POI) adaptés à chaque personne.
- Le MINI Vision Urbanaut se distingue par une démarche écoresponsable. Il a été construit à partir de matériaux recyclés. Dans l'habitacle, le textile tricoté remplace le cuir et le chrome.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Ludovic Leguem
Chef du Service Communication
Marques, Produits et Technologies
Tél : 01 30 03 15 52
E-Mail : ludovic.leguem@bmw.fr

Pierre Bedhome
Responsable Communication
Produits MINI
Tél : 01 30 03 10 75
E-mail : pierre.bedhome@bmw.fr

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA 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 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 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 15 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.

Pour l'exercice 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 000 automobiles et plus de 175 000 motos. En 2019, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,118 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 104,21 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