



COSMOPOLITAN

SEAT in partnership con HEARST per il lancio della nuova Mii by COSMOPOLITAN

SEAT in partnership con HEARST per il lancio della nuova Mii by COSMOPOLITAN

- / Presentazione ufficiale il 15 settembre a Londra
- / La nuova Mii è frutto della co-creazione tra i designer SEAT e i redattori di Cosmopolitan, con coinvolgimento delle lettrici del magazine

PRENSA / PREMSA / PRESSE / NEWS / STAMPA

Schinzach-Bad, 07.07.2016 – La SEAT e Hearst Magazines International hanno siglato un accordo di collaborazione per creare una speciale edizione limitata della Mii, la piccola citycar del Marchio spagnolo. La nuova Mii by COSMOPOLITAN nasce dal lavoro congiunto dei *designer* della SEAT con redattori e lettrici di *Cosmopolitan*. La nuova vettura sarà presentata durante il *Cosmopolitan #FashFest*, il prossimo 15 settembre a Londra: cinque giorni di festival della moda totalmente orientato al pubblico, che vedrà le lettrici in prima fila.

La SEAT e *Cosmopolitan*, il *magazine* per ragazze più venduto al mondo, hanno stretto questa collaborazione a inizio 2015. *Cosmopolitan*, vera autorità nel mondo lifestyle per le giovani donne, si è unita alla SEAT, riconosciuta a sua volta per il design delle proprie auto, per creare una vettura che risponda ai desideri della donna contemporanea. In questi 18 mesi, il team creativo globale di *Cosmopolitan*, i redattori regionali e lettrici di tutta Europa hanno dato suggerimenti e riscontri per plasmare il design della Mii by COSMOPOLITAN, supportando anche il processo di ideazione di accessori specifici inclusi nel nuovo modello. Idee e suggerimenti da parte del brand *Cosmopolitan* continueranno per tutto il corso della collaborazione.

Susanne Franz, Direttore Marketing della SEAT, S.A., sottolinea: **“La Mii by COSMOPOLITAN è disegnata per rispondere ai bisogni delle donne in termini di uso quotidiano. Questa nuova auto va oltre l'estetica, tanto che il design non resta fine a se stesso, bensì è pensato per un determinato scopo funzionale. *Cosmopolitan* ha contribuito alla trasformazione del ruolo della donna nella società e la Mii by COSMOPOLITAN vuole portare una ventata d'aria e una prospettiva fresca sulle auto. L'accordo siglato con il più diffuso magazine femminile del mondo ci permette di lanciare l'auto più femminile della nostra gamma. La Mii by COSMOPOLITAN è un tributo alla donna contemporanea”.**

Kim St. Clair Bodden, Vicepresidente e Direttore editoriale di Hearst Magazines International, aggiunge: **“*Cosmopolitan* è il più grande e influente brand del mondo per il target di giovani donne, dedito a ispirare le nostre lettrici a prendersi con intraprendenza la vita spensierata che desiderano. È stato estremamente gratificante disegnare la nuova Mii allestendola con**



COSMOPOLITAN

tutto, ma proprio tutto ciò che è in grado di personalizzare al massimo l'esperienza di guida e non vedo l'ora di svelarla al *Cosmopolitan* #FashFest di settembre, a Londra”.

La Mii by COSMOPOLITAN incarna appieno i valori di entrambi i Marchi ed è orientata a un pubblico femminile giovane e “giovane dentro” con la passione per moda e bellezza, a donne che lavorano sodo per realizzarsi, con una vita attiva e piena e con le idee chiare su chi sono e cosa vogliono. Questa speciale edizione limitata riparte esattamente dal punto in cui siamo arrivati con la Mii by MANGO, l'edizione di successo lanciata nel 2014.

L'accordo porterà anche a nuove forme di collaborazione, con l'obiettivo di far conoscere l'auto a potenziali clienti attraverso i diversi canali di comunicazione di Hearst Magazines. *Cosmopolitan* è un punto di riferimento per le ragazze di tutto il mondo, con un pubblico di quasi 100 milioni di lettori e una distribuzione in 82 Paesi e in 32 lingue.

Didascalia: sinistra: Kim St. Clair Bodden, destra: Susanne Franz

Ulteriori informazioni:

Karin Huber, PR SEAT

Telefono: +41 56 463 98 08 / email: karin.huber@amag.ch

www.seat.ch / www.seatpress.ch