

Communiqué de presse n°2805
30 mars 2020

« MINI@Home » : un live quotidien pour découvrir l'univers MINI depuis chez soi.

Paris. Alors que les concessions MINI sont temporairement [fermées au public](#) et qu'une grande partie des français est confinée, MINI France lance « MINI@Home » afin de permettre à ses clients, aux amoureux de la marque mais également aux plus curieux de découvrir en détails l'univers de la marque britannique depuis chez eux.

MINI est l'une des marques automobiles les plus fédératrices qui soit. Après le lancement de [MINI Society](#) en 2019, sa plateforme communautaire, MINI France lance « MINI@Home », sa « web-série » pour maintenir et renforcer le lien avec ses clients, les fans de la marque ou les plus curieux pendant cette période de confinement.

Chacun des 10 épisodes de cette « web-série » sera l'occasion d'en découvrir davantage sur la marque anglaise et permettra d'aborder successivement les thèmes suivants :

- MINI : 60 ans et pas une ride
- MINI : une icône du design
- MINI : taillée pour la compétition
- MINI John Cooper Works : la sportivité dans les gènes
- MINI Countryman Hybride Rechargeable : animé par plusieurs moteurs
- MINI Electric : passionnément survoltée
- MINI : rechargeons nos batteries
- MINI Connected : connectons-nous
- MINI : évadons-nous avec la technologie ALL4
- MINI : distinguons-nous avec les éditions spéciales

Chaque thème sera détaillé quotidiennement en ligne (du lundi au vendredi à 18h30) pendant 15 minutes par Édouard, MINI Genius passionné par la marque, et suivi d'un quiz. Les internautes auront ensuite l'opportunité de lui poser directement leurs questions lors du live avant que ce dernier ne leur révèle ses astuces et conseils pratiques.

Le premier épisode de « MINI@Home » sera diffusé le **mardi 31 mars 2020 simultanément à 18h30 sur Facebook et MINI.fr** :

- Facebook live : <https://www.facebook.com/MINI.france/live>
- MINI.fr : [mini.fr/live](https://www.mini.fr/live)

Les épisodes « MINI@Home » seront également disponibles en replay sur la chaîne Youtube de la marque (<https://www.youtube.com/user/MINIFranceOfficiel>).

BMW et BMW Motorrad proposeront très prochainement des formats similaires.

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 de 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. A travers son partenariat avec FAIRE Paris, l'entreprise interroge et explore les usages et processus innovants de conception et de fabrication de la ville. 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.mini.fr

Facebook: <https://www.facebook.com/MINI.france>

Twitter: https://twitter.com/MINI_FR

YouTube: <https://www.youtube.com/user/MINIFranceOfficiel>

Instagram: https://www.instagram.com/mini_fr/

LinkedIn: <https://fr.linkedin.com/showcase/mini-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 133 778 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.mini.com

Facebook: <https://facebook.com/MINI/>

Twitter: <https://twitter.com/mini>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/MINI>

Instagram: <https://www.instagram.com/mini>

LinkedIn: <https://linkedin.com/showcase/mini>