



Comunicato stampa N. M016/10

San Donato Milanese, 16 aprile 2010

Lancio della nuova MINI Clubman

MINI ha presentato a Milano il quarto modello della famiglia del marchio

Milano. Nella cornice del Salone del Mobile, MINI ha celebrato il lancio della sua nuova MINI Countryman, reso ancora più prestigioso dalla presenza di ospiti esclusivi e di una folta schiera di amici. La festa, alla quale hanno partecipato molti VIP italiani e internazionali del mondo della moda, del design e del lifestyle, ha reso perfettamente onore allo slogan della nuova MINI "La città incontra la campagna". La natura, sotto forma di prati, alberi e farfalle è entrata nel contesto urbano e, nel centro di Milano, è divenuta il palcoscenico della festa dedicata al lancio della nuova MINI Countryman, disponibile nei saloni MINI a partire da settembre 2010. Quattro testimonial hanno interpretato lo spirito di questo slogan, presentando la loro MINI Countryman carica di bagagli e pronti per partire per una breve fuga rigenerante di un weekend a propria misura. Clou della serata è stata la presentazione in anteprima mondiale della nuova canzone di Michelle Branch e Timbaland dedicata alla MINI Countryman, eseguita dal vivo per l'occasione dalla stessa cantante statunitense.

Margherita Maccapani Missoni, Delfina Delettrez Fendi, Maarten Baas e Dean & Dan Caten di Dsquared² hanno caricato i propri bagagli sulla loro MINI Countryman per dedicarsi a un weekend rigenerante

Al Face 2 Superstudio in Via Tortona, una delle location più trendy di Milano, il pubblico intervenuto ha scoperto come cinque famosi personaggi hanno interpretato in modo assolutamente personale lo spirito di "evasione" della MINI Countryman. Margherita Maccapani Missoni ha colmato la propria MINI Countryman con i bagagli e gli oggetti necessari ad un perfetto weekend di totale immersione nella natura, esattamente come la designer di gioielli Delfina Delettrez Fendi e il designer Maarten Baas. A completare il quartetto la MINI Countryman con i bagagli di Dean e Dan Caten, designer del marchio Dsquared² che per l'occasione hanno allestito - sulla scia del tema "MINI Countryman - La città incontra la campagna" - la vetrina del flagship store Dsquared² di Milano.

Il picnic MINI Countryman

Al picnic MINI Countryman hanno partecipato VIP nazionali e internazionali, unitamente a un esclusivo gruppo di ospiti d'eccezione e amici di MINI. La stessa location - nel cuore della città - ha sprigionato una forte atmosfera 'country'. All'esterno dello spazio un red carpet - color verde erba - ha accolto i numerosi ospiti mentre all'interno è stato esposto tutto ciò che può allietare una gita in campagna - da un prato fiorito fino a un bosco, accompagnati lungo il tragitto da splendide farfalle - compreso ovviamente il mezzo di trasporto ideale: la MINI Countryman. Il noto DJ Nicola Guiducci ha animato la serata per 350 ospiti. Tra gli altri sono intervenuti all'evento Viktor Horsting e Rolf Snoeren di Viktor & Rolf, gli stilisti della maison Gianfranco Ferré Roberto Rimondi e Tommaso Aquilano, Kean Etro di Etro, Neil Barrett, Romeo Gigli e uno schieramento di personaggi internazionali quali

Francesca Versace, Bianca e Coco Brandolini d'Adda, Isabella e Matilde Borromeo, Teresa Maccapani Missoni, la conduttrice televisiva Victoria Cabello e la showgirl Magda Gomez.

Prima mondiale della canzone dedicata alla MINI Countryman

Il momento culminante della serata è stato l'esibizione dal vivo di Michelle Branch nonché la presentazione in anteprima mondiale della canzone dedicata alla nuova MINI Countryman. La cantautrice country statunitense, che ha conquistato la fama e un Grammy grazie al duetto con Carlos Santana, ha collaborato per questa canzone con il produttore discografico internazionale Timbaland. Oltre a svolgere l'attività di produttore per artisti come Aaliyah e Missy Elliott, Timbaland ha già contribuito con la sua caratteristica impronta musicale al lavoro di star mondiali come Madonna, Nelly Furtado e Justin Timberlake. "Urban meets Country", cioè lo slogan "La città incontra la campagna", ha scelto pertanto la nota giusta anche dal punto di vista musicale. Il brano, il cui lancio mondiale supportato da un video musicale avrà luogo la prossima estate, è stato eseguito da Michelle Branch in anteprima assoluta.

La MINI Countryman – il piacere della guida che non conosce confini

MINI amplia la propria gamma di modelli con una quarta variante, inaugurando così una nuova dimensione dell'inequivocabile spirito MINI. In qualità di modello crossover, la MINI Countryman colma il gap tra il concetto classico della MINI e il concetto di un veicolo contemporaneo per attività sportive. I suoi numerosi optional per la mobilità cittadina e per i potenziali impieghi in ambienti extracittadini la rendono particolarmente interessante per nuovi gruppi target di acquirenti: per esempio coloro che desiderano più spazio e flessibilità possono ora sperimentare il piacere della guida da sempre associato a MINI. Nella sua qualità di primo modello MINI dotato di quattro porte e di portellone posteriore dall'ampia apertura, offre grande versatilità nell'uso dello spazio, sedili leggermente rialzati e un comfort di viaggio ottimizzato.

Le foto dell'evento possono essere scaricate dal seguente sito Web:

www.brauerfotos.de

Per scaricare le immagini più recenti, occorre effettuare il log in utilizzando i seguenti dati di accesso:

User name: BMW

Password: MINI

Per ulteriori informazioni:

Maria Conti

Comunicazione e PR MINI

Tel. 02 516 10 710

E-mail: maria.conti@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

KARLA OTTO - Stefano Pitigliani - Roberto Roncalli

Tel. +39-02-6556981

stefano@karlaotto.com - roberto@karlaotto.com

BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 24 stabilimenti di produzione dislocati in 13 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2009 un volume di vendita di oltre 1,29 milioni di automobili e 87.000 motociclette. I profitti lordi per il 2009 sono stati di 413 milioni di Euro, il fatturato è stato di 50,68 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2009 era di circa 96.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi cinque anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.