



Comunicato stampa N. M023/11

San Donato Milanese, 17 maggio 2011

**“E’ personale”: la famiglia MINI esce in forze a Berlino**  
Una campagna internazionale di guerilla marketing viene lanciata in Kurfürstendamm e Facebook

**Monaco/Berlino.** Come si dice, non si può scegliere la propria famiglia. Ma, in fin dei conti, con MINI lo si può. A partire da oggi, i cittadini di Berlino, i visitatori della capitale tedesca e gli utenti di Facebook in tutto il mondo possono fare la propria scelta quando MINI presenta la famiglia MINI sul viale berlinese di Kurfürstendamm nell’ambito della campagna “E’ personale”. I partecipanti vengono invitati ad entrare in una MINI Photo Box allestita sul posto, ad indossare una cuffia dai colori sgargianti e a scegliere il modello preferito della famiglia MINI con specchietti retrovisori esterni dai colori abbinati. Vi sono quattro colori e quattro modelli tra cui scegliere: la MINI Hatch, la MINI Cabrio, la MINI Clubman e la MINI Countryman. Successivamente, i partecipanti appaiono in tempo reale su uno schermo video da 104 m2 insieme alla propria foto e al modello MINI personalizzato. La campagna MINI è stata allestita tra il 15 ed il 16 maggio e continuerà fino al 29 maggio 2011 all’incrocio tra Kurfürstendamm e Joachimstaler Strasse. Viene gestita in parallelo come campagna internazionale su <http://www.facebook.com/MINI>.

“Con la nostra campagna ‘E’ personale’, i fan di MINI interagiscono singolarmente ed autenticamente in un ambiente urbano”, dice Julia Hartmann, MINI Brand Management. “Attraverso la configurazione personale del modello, insieme alla loro scelta dei colori, li incoraggiamo ad esprimere la propria personalità – davanti agli amici e davanti al mondo”. Questa campagna di marketing poco convenzionale dovrebbe raggiungere più di due milioni di persone sul posto e più di 1,8 milioni di altre persone tra i fan di MINI su Facebook.

Gli utenti di Facebook possono fare domanda per partecipare online su <http://www.facebook.com/MINI>, scattando una foto con la propria webcam, scegliendo il modello dalla famiglia MINI e poi caricandolo. Anche queste immagini appaiono sullo schermo video a Berlino. Successivamente, esse vengono immesse direttamente su internet. A tal fine, ai visitatori della manifestazione di Berlino sarà dato un numero identificativo, insieme alla loro foto stampata, da utilizzare per registrarsi su Facebook. Il vincitore sarà annunciato nel giugno del 2011 e quindi potrà godersi il suo modello MINI preferito e selezionato appositamente – completo degli specchietti esterni colorati.

Per ulteriori informazioni contattare:

Maria Conti

MINI Comunicazione e P.R.

Telefono: 02.51610.710 Fax: 02.51610.416

E-mail: [Maria.Conti@bmw.it](mailto:Maria.Conti@bmw.it)

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

# **MINI**

## **Comunicazione e P.R.**

### **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 2010 volumi di vendita di 1,46 milioni di automobili e oltre 110.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2010 sono stati di 4,8 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 60,5 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2010 era di circa 95.500 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 sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.