



Comunicato stampa N. M069/12

San Donato Milanese, 27 settembre 2012

## **Il magazine MINI “The MINI International” ha un nuovo look**

**Il rilancio della rivista dedicata ai clienti MINI**

**Monaco.** “The MINI International” sfoggia un nuovo look. La rivista dedicata ai clienti MINI si presenta con un nuovo layout e nuovi contenuti tematici; la prima edizione sarà presentata oggi al Salone di Parigi. Alla base del restyling c'è un nuovo concept focalizzato ancora di più sugli argomenti e il mondo del lifestyle che interessano i lettori. L'intera rivista ruota attorno al “MINI way of life”.

Il rilancio promette storie straordinarie su personalità interessanti e luoghi emozionanti. Il focus principale sarà sulla MINI Community, con spazi dedicati ai fan MINI e alle loro auto. La rivista dedica ampio spazio ai vincitori di concorsi all'interno della MINI Community. Anche i dipendenti MINI potranno dire la loro: nella rubrica “MINI Master”, essi raccontano ai lettori gli aspetti del proprio lavoro che amano di più. Per assicurare una maggiore autenticità, la rivista non utilizzerà modelli, ritocchi eccessivi o illuminazione artificiale per le foto delle auto che saranno presentate come parte integrante della vita dei protagonisti. Un altro tema ricorrente riguarderà gli “urban trends”. L'idea è di farli conoscere e di mostrare come MINI sia capace di “plasmarli”.

Il look and feel di MINI si riflette anche nel nuovo design della rivista che ha una nuova copertina, font di tendenza, colori vivaci ed un linguaggio visivo autentico ed accattivante nelle pagine interne. Ralf Schepull, Head of MINI Brand Communications, ha così commentato il lancio della nuova rivista: “The MINI International’ è unica e contemporanea e dà spazio in ugual misura agli appassionati, ai clienti e ai modelli MINI. Con il suo nuovo look di tendenza, le illustrazioni e gli insoliti elementi di design, ‘The MINI International’ è innovativa e incarna perfettamente il brand MINI”.

Nella prima edizione, gli artisti Bompas & Parr attraversano il distretto londinese di Bermondsey, autentico richiamo per gastronomi, a bordo di una MINI Paceman Cooper S nuova di zecca. I due Bermondsey boys, che sono diventati noti come “artisti del cibo” grazie alle loro creazioni di gelatina, accompagnano i lettori attraverso l'enclave di Maltby Street frequentata dagli appassionati di gourmet.

Durante un viaggio in auto in California da Silver Lake vicino a Los Angeles fino a Palm Springs, la coppia di designer, Rose Apodaca e Andy Griffith, è riuscita a trasformare la MINI Countryman da city car di moda ad agile crossover per la guida nel deserto.

Il reportage finale è dedicato a Le Castellet, dove 30 mila fan di MINI si sono riuniti per l'edizione più grande di MINI United mai organizzata finora per gli appassionati del brand. La rubrica “THE DASH” presenta 35 eccezionali prodotti dedicati al lifestyle. La categoria “DRIVE-BY” offre ai lettori interessanti esempi

# MINI

## Comunicazione e P.R.

architettonici incontrati lungo il percorso, come la stazione di rifornimento progettata in Danimarca da Arne Jacobsen.

Il nuovo concept di “The MINI International” è stato sviluppato in collaborazione con il nuovo publishing partner di MINI. Dopo undici anni, la responsabilità della rivista è passata al famoso imprenditore di media Tyler Brûlé e a Winkreative, l’agenzia di design mondiale di cui è proprietario.

### “The MINI International”

La rivista è pubblicata ogni anno – dal 2001 – nei mesi di marzo e di settembre e si rivolge ai clienti MINI di tutto il mondo. Attualmente è disponibile in otto lingue con una tiratura di 420 mila copie in 85 mercati. La versione cartacea della rivista è affiancata da un app iPad in inglese che può essere scaricata gratuitamente da iTunes. Questa versione presenta le “top ten stories” più importanti della rivista arricchite da brevi sequenze video, giochi e interessanti news.

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)

### Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles 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 29 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 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 otto anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>