

Comunicato stampa

6 Giugno 2019

## **MINI: il futuro delle esperienze sonore prende forma con il branded podcast!**

MINI si conferma ai vertici dell'innovazione e aggiunge un altro tassello alla "Road to electrification" attraverso un nuovo, elettrizzante formato: il podcast.

**San Donato.** Non è possibile parlare di MINI senza prendere in considerazione tutto quel mondo fatto di emozioni, passione e divertimento che nel corso degli anni la piccola vettura del brand britannico ha raccolto intorno a sé. Dopo quasi sei decenni di successi e consensi trasversali, MINI mantiene una forte personalità grazie anche alla particolare attenzione che il marchio riserva a tutto ciò che è nuovo, originale e creativo.

Sin dalle sue origini nel 1959, MINI è stata certamente un esempio di unicità, rivoluzione, design e carattere fortemente futuristico.

Creatività, passione, innovazione, ricerca di nuovi talenti, innata attenzione per i dettagli e la qualità e la volontà di spingersi oltre per anticipare nuove tendenze sono alcune tra le caratteristiche che hanno decretato il successo del brand britannico in questi sessant'anni.

Non stupisce quindi che sia proprio MINI il primo brand automotive a lanciare un elettrizzante branded podcast in Italia.

Il progetto di MINI e ForTune, una startup accelerata da LVenture Group che propone branded content e tool per la pubblicazione e la distribuzione di contenuti audio, vede, oltre allo sviluppo di un'app per ascolto podcast integrata tramite Apple CarPlay, la realizzazione di una serie audio inedita che sarà disponibile a luglio su tutte le principali piattaforme di ascolto quali Apple iTunes, Spotify, Google Podcast, Spreaker e Amazon Alexa.

Il trend del podcasting è in enorme ascesa: solo negli USA, 73 milioni di persone ascoltano podcast mensilmente. E in Italia sono quasi 3 milioni le persone che ascoltano podcast costantemente, con un incremento del +217% negli ultimi 3 anni.

MINI prende ancora una volta una direzione di comunicazione unconventional, fuori dai normali cliché della radio e dei video, oltrepassando i classici canoni per creare un contenuto audio in grado di ingaggiare raccontando una storia in linea con i valori del brand, trovando nell'audio il partner ideale per comunicare in movimento.

Il podcast si inserisce all'interno di un progetto più ampio di MINI, definito "Road to Electrification", ovvero una serie di attività volte a comunicare la strategia di elettrificazione del brand britannico, iniziata nel 2017 con l'introduzione della MINI Cooper SE Countryman ALL4, una vettura ibrida plug-in e che vedrà l'arrivo della prima MINI pura elettrica nei prossimi mesi.

**Per ulteriori informazioni:**

Cristiana Raffaella Lattuada  
PR & Communication Coordinator MINI  
E-mail: [cristiana.lattuada@bmw.it](mailto:cristiana.lattuada@bmw.it)  
Tel: +39-02-51610-710  
Fax: +39-02-51610-0710  
Media website: <http://www.press.bmwgroup.com> (comunicati e foto) e  
<http://bmw.lulop.com> (filmati)

**Il BMW Group**

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 14 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2018, il BMW Group ha venduto oltre 2.490.000 automobili e oltre 165.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2018 è stato di 9,815 miliardi di Euro con ricavi per 97,480 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2018, il BMW Group contava un organico di 134.682 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 5 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

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

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

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

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

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>