

Comunicato stampa
26 maggio 2020

MINI torna on air con una nuova campagna per la fase della ripartenza e, attraverso l'innovativa campagna finanziaria WHY BUY Flex di BMW Bank, propone ai clienti di guidare subito una MINI e di decidere dopo un anno se tenerla, restituirla o cambiarla.

La nuova campagna di comunicazione di MINI, in continuità con il motto #InsiemePerRipartire scelto per la comunicazione del brand in questo momento storico, si focalizza sulla campagna finanziaria dedicata alle vetture MINI, proponendo la formula del leasing o del finanziamento con tassi d'interesse a partire da 1,99% la sicurezza della Credit Protection Free inclusa gratuitamente per un anno e la possibilità alla fine del primo anno di restituire il veicolo, cambiarlo, oppure rifinanziare il valore finale garantito allo stesso tasso iniziale e con condizioni di canone già concordate.

San Donato. MINI è sempre stata sinonimo di passione, di energia, di positività e ancora una volta ha scelto di dare forma ed espressione a questi valori attraverso le iniziative di mobilità che offre ai clienti, con lo stile che da sempre la contraddistingue, per trasmettere concretezza attraverso la sua tipica leggerezza comunicativa. MINI intende dare ai propri clienti, prospect e fan un messaggio di positività per affrontare la fase di ripartenza, o meglio, il cambiamento, attraverso un manifesto:

*"Sarà un po' come riaprire gli occhi, no?
Pensate alla sensazione che avete provato la prima volta che avete visto un'alba.
O alla prima volta che siete stati ad un concerto.
O quando avete guardato il mondo attraverso il finestrino della vostra MINI, mentre stavate partendo per non importa dove.
Quelle sensazioni, ce le ricordiamo tutte.
E' come un cassetto che non apriamo da un po': sappiamo benissimo cosa c'è dentro.
Lo squarcio di mare che compare all'improvviso dopo una curva, il volume dello stereo a 11, il cielo azzurro fuoco all'uscita di una galleria.
Torneremo a meravigliarci. Noi, con la nostra MINI.
Responsabilmente, perché sappiamo che ci sono delle tappe.
Ma anche le soste fanno parte del viaggio.
Non chiamatela ripartenza. Chiamatelo cambiamento."
#TorneremoAMeravigliarci*

Dal 18 Maggio è iniziata una campagna di brand, diffusa attraverso il canale radio per veicolare il manifesto di MINI sulle principali emittenti nazionali. Questa campagna ha segnato il ritorno alla comunicazione di MINI.

Parallelamente MINI ha realizzato una campagna, focalizzata sul prodotto, volta a stuzzicare la parte più razionale dell'utente attraverso creatività incentrate sull'offerta commerciale **WHY-BUY FLEX**, soluzione finanziaria di BMW Bank appositamente studiata per permettere al cliente di affrontare in totale serenità e flessibilità questa fase di incertezza economico-sociale del paese, potendo contare in questo momento su una formula unica ed estremamente flessibile.

La comunicazione punta, infatti, in prima battuta a proporre un canone di partenza molto vantaggioso per i primi 12 mesi ed acquisisce vera forza nell'offerta di una nuova opzione finale che, accanto a quelle consuete di cambio e restituzione veicolo, prevede di poter



continuare a guidare la propria MINI a condizioni concordate fin da subito. Nel momento delicato della ripartenza la proposta finanziaria, firmata WHY-BUY, vuole distinguersi con forza attraverso i suoi principali contenuti di valore: l'estrema versatilità che lascia libero il Cliente di decidere già nel breve termine tra le opzioni finali, con la garanzia di condizioni preconcordate, e la completa sicurezza offerta dalla copertura MINI Credit Protection Free, gratuita per i primi 12 mesi.

La proposta prevede TAN a partire da 1,99% ed è valida fino al 30 Giugno per MINI 3 e 5 Porte, MINI Cabrio, MINI Countryman e MINI Clubman disponibili a stock presso la rete dei Concessionari MINI.

Per i dettagli delle motorizzazioni e versioni su cui è disponibile l'offerta, si può fare riferimento al sito https://www.mini.it/it_IT/home/finance-and-insurance/offerte/panoramica.html.

Un esempio:

MINI Cooper Countryman Baker Street Edition con WHY-BUY Flex a 140 € al mese per il primo anno (TAN 1,99% TAEG 3,49%).

Al termine il cliente decide se restituirla, cambiarla oppure rifinanziarla a condizioni già concordate. Ad esempio per i successivi 36 mesi a 315€ al mese (TAN 1,99% TAEG 3,06%)

“Credit Protection Free” è una Polizza assicurativa, sviluppata da BMW Bank GmbH – Succursale Italiana con le compagnie AXA France VIE S.A./IARD S.A. (sedi italiane), che tutela il Cliente e la sua famiglia, o l'azienda intestataria del finanziamento o del leasing, contro l'accadimento di imprevisti gravi sulla persona, che possono pregiudicare la capacità di rimborso del finanziamento o del leasing.

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



BMW BANK GmbH – Succursale Italiana

Nata nel 1978 con il nome di BMW Financial Services Italia Spa, la Società Finanziaria del Gruppo BMW dal 2013 è diventata una filiale europea della BMW Bank GmbH. L'innovazione perseguita dalla Società è costante nel tempo e si traduce nella creazione di molteplici prodotti e servizi offerti al Cliente finale e alla rete dei Concessionari. Con entusiasmo e passione oggi forniamo una vasta gamma di servizi finanziari e assicurativi personalizzati attraverso i diversi brand commerciali: BMW Financial Services, MINI Financial Services con il principale obiettivo di supportare la vendita dei Veicoli del BMW Group e per soddisfare le esigenze di mobilità dei Clienti, privati e Aziende. Essere premium è la nostra competenza chiave e la nostra filosofia di riferimento: il nostro obiettivo è pertanto quello di continuare ad essere la principale azienda di prodotti e servizi premium legati alla mobilità individuale.

Per ulteriori informazioni:

Cristiana Raffaella Lattuada

PR & Communication Coordinator MINI

E-mail: cristiana.lattuada@bmw.it

Tel: +39-02-51610-710

Media website: <http://www.press.bmwgroup.com> e <http://bmw.lulop.com>

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 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 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 4 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

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/bmwgroup/>