

Comunicato stampa
14 febbraio 2021

LOVE IS NOT ENOUGH, WE NEED BIG LOVE!

Centinaia di cartelli e striscioni inneggianti al “grande amore” hanno invaso le strade e i luoghi simbolo dei principali capoluoghi italiani in occasione di San Valentino. È il BIG LOVE di MINI, che celebra la bellezza della diversità

San Donato Milanese. Nei giorni che hanno preceduto San Valentino, la festa degli innamorati per eccellenza, un messaggio interamente dedicato alla ricerca di un amore grande e diverso da quello ordinario, ha invaso le principali strade e i luoghi più iconici di alcuni dei principali capoluoghi italiani: **LOVE IS NOT ENOUGH, WE NEED BIG LOVE.**

I centri storici di Roma, Milano, Torino, Firenze, Napoli, Bologna e Venezia hanno visto numerosi ragazzi con cartelli e striscioni - appesi anche ai balconi di tanti palazzi -, che raccoglievano questa frase, gridando così a gran voce la loro necessità di avere un amore più grande. Giovani di tutte le età uniti nel loro bisogno di affetto, in un momento in cui il distanziamento sociale ha reso ancora più difficile questo scambio. È in questo modo che tantissimi passanti e gli autisti fermi ai semafori si sono incuriositi e interrogati davanti a una frase all'apparenza semplice, ma intrisa di un significato forte, condiviso e universale.

È il **BIG LOVE di MINI**, un mantra, una “parola d’ordine” ricca di ottimismo che si è incorniciato alla perfezione nei luoghi simbolo di queste città, come Ponte Vecchio a Firenze, Piazza del Plebiscito a Napoli e Piazza di Spagna a Roma. Se dalla poesia e dalla letteratura si è imparato come l’amore giochi da sempre per tutti un ruolo fondamentale, in questo momento è ancora più importante non solo riconfermare questo insegnamento, ma ambire a ottenerlo nella sua forma più pura e autentica. E MINI, con BIG LOVE, vuole indicare l’essere tutti insieme, uniti verso un unico obiettivo: un “grande amore” che deve mettere da parte qualsiasi differenza per avvicinare tutti il più possibile, nonostante le disuguaglianze.

BIG LOVE, infatti, è il modo in cui MINI vede il mondo. Una way of life che trova la ricchezza nella diversità celebrandone la bellezza: sebbene siamo tutti diversi, è insieme e uniti che siamo davvero cool!

Per MINI, BIG LOVE è amore, uniforme e incondizionato. È questo il messaggio da diffondere e condividere, affinché anche dal suo impegno possa arrivare un forte contributo per raggiungere questo obiettivo.

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



“Ogni progetto che realizziamo, partendo dalle auto fino al lavoro quotidiano nei nostri uffici, è realizzato grazie a BIG LOVE - dichiara **Stefano Ronzoni**, Direttore MINI – Il nostro obiettivo è che tutti quanti possano esprimersi nel migliore dei modi, tenendo sempre a cuore le peculiarità e le differenze di ciascuno. Nel lavoro di MINI, BIG LOVE da oggi diventa il fulcro di tutto: sarà dunque il punto di partenza di ogni iniziativa futura e ci daremo sempre più da fare per garantire un mondo in cui tutti siano liberi di esprimere le proprie passioni al 100%”.

La campagna di comunicazione **BIG LOVE di MINI** è ufficialmente partita!

Ma questo è solo l’inizio: FALL IN LOVE, BIG LOVE.

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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 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/>