

Comunicato stampa

15 marzo 2021

LAUNCHED BY _ : CAMPAGNA INTERNAZIONALE PER IL LANCIO SUL MERCATO DELLA MINI



Artisti, atleti, esperti del divertimento alla guida e opinion leader da tutto il mondo presentano la nuova edizione della MINI 3 porte, della MINI 5 porte e della MINI Cabrio immersi nei loro ambienti personali. Una serie di videoclip in otto parti sui canali social di MINI celebra l'entusiasmo per la diversità, l'apertura alle novità e la creatività che ispira in modi diversi.

Monaco. Con il motto "Launched by _", la casa automobilistica premium britannica MINI lancia una campagna globale di videoclip per il lancio sul mercato della nuova edizione dei suoi modelli nel segmento delle compatte. Artisti giovani e rinomati, atleti emergenti ed esperti del divertimento di guida, così come influencer e opinion leader di varie discipline, mostrano ognuno a suo modo come i modelli ampiamente rivisitati della MINI 3 porte, MINI 5 porte e MINI Cabrio facciano un'entrata in grande stile nel loro ambiente personale. La serie di cortometraggi in otto parti si concentra sull'entusiasmo per la diversità, l'apertura alle novità e la creatività che ispira le persone di tutto il mondo nelle forme più diverse.

Risultati pionieristici, nuove idee e coraggio di trovare soluzioni non convenzionali sono valori profondamente radicati nella tradizione del marchio MINI. "Anche Alec Issigonis, il creatore della Mini classica, era una mente creativa. Disegnò i suoi primi schizzi per una nuova piccola auto rivoluzionaria su un tovagliolo" ha dichiarato Sebastian Beuchel, Head of MINI Global Brand Management. "Questo atteggiamento continua a plasmarci ancora oggi. Nella nostra campagna 'Launched by _', mostriamo le

persone che osano provare qualcosa di nuovo e ispirano con le loro idee - ognuna nel suo modo unico". Con "Launched by _", MINI offre ancora una volta una piattaforma sulla quale persone creative da diversi ambiti possono rappresentare la propria visione personale di MINI. Ciò esprime anche il principio secondo il quale è un bene per il marchio non determinare da solo ogni dettaglio, ma ottenere nuovi impulsi attraverso la co-creazione e la collaborazione.

I protagonisti delle clip "Launched by _" vanno dallo stilista britannico di fama mondiale Sir Paul Smith alla skateboarder professionista statunitense Briana King e da Charlie Cooper, il nipote del leggendario designer di auto sportive John Cooper, alla digital influencer Miquela, che oggi ha già più di tre milioni di fan su Instagram. Tutti si sono confrontati con la stessa domanda: "Come lanceresti una MINI?"

Le risposte sono state varie come la vita nei mercati globali in cui MINI ha successo. Il fotografo e regista britannico Rankin ha ritratto persone che hanno un legame emotivo con il marchio britannico per la sua personale messa in scena della MINI 5 porte. Jonathan Jay Lee, illustratore di Hong Kong, ha reso la MINI 3 porte il personaggio principale di un fumetto dal ritmo serrato. Il contributo della cake artist turca Tuba Geçkil è stato una delizia epicurea. Nel suo studio Red Rose Cake di Istanbul, ha creato una versione formato torta della MINI Cabrio. Anche l'artista pop britannica Lakwena si è dedicata alla MINI Cabrio. Ispirata dalla nuova vernice per la carrozzeria Zesty Yellow, ha creato un murale a Londra in colori vivaci e con un chiaro messaggio: #BIGLOVE.

La campagna per il lancio sul mercato della nuova edizione dei modelli MINI 3 porte, MINI 5 porte e MINI Cabrio è quindi anche un riflesso del carattere della MINI Community mondiale, in cui la gioia per l'individualità e l'esperienza emotiva di una comunità solida si completano alla perfezione. "MINI è sinonimo di diversità, gioia di vivere e unità. Le personalità e le loro storie nella campagna "Launched by _" sono tanto diverse quanto il piacere di guida a bordo dei nostri nuovi modelli", spiega Sebastian Beuchel. "Ciò dimostra il significato dell'affermazione "We are all different – but pretty good together" (siamo tutti diversi, ma forti insieme). La diversità - in tutte le sue forme - è uno stimolo importante per le idee e le innovazioni.

La campagna di lancio sul mercato "Launched by _" comprende uno spot pre-roll e otto storie editoriali della durata massima di un minuto da utilizzare sui canali e sulle piattaforme digitali internazionali di MINI. Per la prima volta, MINI utilizza anche la popolare video app social TikTok come piattaforma di comunicazione. "Con TikTok ci apriamo ad un nuovo canale social in rapida crescita per veicolare i messaggi del marchio MINI, attraverso il quale vogliamo ispirare un target giovane e digitalmente affine" ha dichiarato Sebastian Beuchel.

Il consumo di carburante, le emissioni di CO₂ e il consumo di energia sono stati misurati utilizzando i metodi richiesti secondo il regolamento VO (CE) 2007/715 e successive modifiche. Si riferiscono a veicoli sul mercato automobilistico in Germania. Per quanto riguarda le gamme, le cifre NEDC tengono conto delle differenze nelle dimensioni delle ruote e degli pneumatici selezionati, mentre il WLTP tiene conto degli effetti di eventuali equipaggiamenti opzionali.

Tutte le cifre sono già state calcolate sulla base del nuovo ciclo di prova WLTP. I valori NEDC elencati sono stati calcolati in base alla procedura di misurazione NEDC, ove applicabile. I valori WLTP sono utilizzati come base per la valutazione delle tasse e di altri dazi relativi ai veicoli che sono (anche) basati sulle emissioni di CO₂ e, ove applicabile, ai fini delle sovvenzioni specifiche per i veicoli. Ulteriori informazioni sulle procedure di misurazione WLTP e NEDC sono disponibili anche su www.bmw.de/wltp

Per ulteriori dettagli sui dati ufficiali di consumo di carburante e sulle emissioni ufficiali specifiche di CO₂ delle auto nuove, consultare il "Manuale sul consumo di carburante, le emissioni di CO₂ e il consumo di energia delle auto nuove", disponibile presso i punti vendita, da Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen e su <https://www.dat.de/co2/>

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 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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/>