

Comunicato stampa
13 ottobre 2021

MINI protagonista di un evento per celebrare i suoi 20 anni con una pubblicazione che ripercorre la sua storia più recente attraverso i mondi che l'hanno resa un'icona internazionale

MINI ha festeggiato 20 anni nel BMW Group e l'uscita del libro "THE BIG LOVE - Una storia (d'amore) lunga 20 anni", edito da Mondadori Electa con una serata speciale che si è tenuta lunedì 11 ottobre, presso 10 Corso Como - Milano

San Donato Milanese. Vent'anni di MINI sotto l'insegna del BMW Group e l'uscita del libro "THE BIG LOVE - Una storia (d'amore) lunga 20 anni" edito da Electa. Questi gli ingredienti di una serata speciale a Milano con la quale MINI ha voluto festeggiare un anniversario così importante. Un evento per ripercorrere la storia italiana del marchio: dalla comunicazione prima del lancio, quando il progetto era ancora top secret, fino all'interazione con gli ecosistemi di design, cinema, moda che MINI ha saputo contaminare e intercettare, aggiungendo (sempre) quel tocco in più.

Una serata che ha voluto essere un omaggio ad alcuni dei protagonisti che hanno contribuito a fare del brand un punto di riferimento nel nostro Paese, ben oltre i confini del mondo automotive. Vent'anni di storia raccontati attraverso immagini esclusive che hanno ripercorso le diverse iniziative che MINI ha condiviso nel corso degli anni con la sua Community di appassionati e non solo, grazie alle testimonianze di molti dei contributors del libro che erano presenti e che hanno raccontato questi 20 anni.

"MINI non è solo un prodotto ma un brand, che rappresenta complicità, divertimento, passione e inclusione", dichiara **Stefano Ronzoni**, Direttore MINI Italia. "Una sfida nata 20 anni fa e una conferma ancora oggi, che tiene unita una vasta fan base di appassionati, che si identifica nei valori del brand e trova risposta in una gamma completa di prodotti, che soddisfa ogni tipo di esigenza. Dalla prima campagna, basata su una domanda "Is it love?" ad un'affermazione decisa oggi "The Big Love".

Paolo Matteo Cozzi, giornalista e curatore del libro "THE BIG LOVE - Una storia (d'amore) lunga 20 anni", afferma: "Si parte a bordo di una piccola automobile, una Mini che crescendo e diventando la MINI che oggi tutti conosciamo, ha unito due secoli, scavalcato un millennio, vissuto mille vite e ancor più trasformazioni. La Mini classica inventata da Sir Alec Issigonis nel 1959 ha lasciato il posto alla MINI firmata dal BMW Group nel 2001: entrambe hanno saputo cambiare le regole del gioco".

Racconta **Mario Calabresi**, giornalista e scrittore: "Quando nel 2001 esce la MINI, non c'era l'iPhone, non c'erano i social, non c'era nulla del mondo che comunica in tempo reale come lo conosciamo adesso. Quindi, è cambiata totalmente la nostra concezione del tempo. Fino ad appena vent'anni fa il mondo era completamente diverso, a cominciare proprio dalla gestione del

proprio tempo. Oggi il tempo è diventato completamente fluido. I social portano tutto al tempo reale e tutto è a disposizione sempre, in qualsiasi momento. C'è un mondo totalmente nuovo là fuori, è cambiato del tutto e si sono rotte categorie e schemi che per cinquant'anni hanno rappresentato lo status quo”.

“Quello di ‘invadere’ altri ambienti è diventato nel corso del tempo un vero tratto distintivo della comunicazione di MINI, in un periodo in cui le operazioni di comunicazione non convenzionali – non legate quindi ai media tradizionali – non erano ancora tanto diffuse. All’inizio del terzo millennio non si era ancora soliti parlare troppo di ambient media o guerrilla advertising, il digital era agli albori. Eppure con MINI molte di queste attività sul territorio sembravano una cosa del tutto naturale, anzi, ci si aspettava che MINI dicesse la sua e la dicesse a suo modo, col suo tono di voce caratteristico”, dichiara **Luca Scotto di Carlo**, pubblicitario e creative partner di M&C Saatchi.

“Ciò che viene definito cool, oggi, non ha un prezzo che lo possa definire tale. Cool è semplicemente un club esclusivo di persone, il cui valore oggettivo è quasi intangibile e al quale altre persone vogliono appartenere”, queste le parole di **Michele Lupi**, già direttore di Rolling Stone, GQ, Icon e Icon Design, è Men’s Collection Visionary per Tod’s Group. “Le prossime generazioni si divideranno quindi tra quelli che attivamente cercano e producono cultura e quelli che la consumano. È questo che ormai 20 anni fa MINI offrì ai propri clienti: non semplicemente una bella automobile disegnata bene, ma molto di più, un mondo di riferimento (posizionato piuttosto in alto...) e un’esperienza più ampia rispetto a quella che un mero mezzo di trasporto poteva offrire”.

Ildo Damiano, scrittore e opinionista esperto di moda e comunicazione, racconta: “MINI aveva marcato fin dal principio il suo legame con il mondo della moda. Nata nei Sessanta, gli anni della rivoluzione sociale ed estetica, era già “mini” prim’ancora che Mary Quant accorciasse la gonna rendendola appunto mini e rendendo felici milioni di giovani e rivoluzionando più di tutti il modo di vestire. In tempi più recenti MINI ha rinsaldato ulteriormente il legame diretto con la moda e le sue manifestazioni, scegliendo Pitti Immagine Uomo per stimolare alcuni giovani designer a interpretare la contemporaneità con capi pensati per gli urbantraveller”.

“La nuova MINI realizza il sogno di una società che nel tempo è cambiata perché desidera prodotti in grado di rispondere a esigenze di comodità, accoglienza, di tecnologia all’altezza dei tempi moderni, senza perdere di vista tutto quell’immaginario che dagli anni Sessanta è arrivato fino a noi e continua a essere presente nella cultura contemporanea come segno di libertà”, queste le parole di **Aldo Colonetti**, filosofo, storico e teorico dell’arte, del design e dell’architettura.

Sul sito di MINI.IT nella sezione News è possibile visitare la pagina dedicata al libro “THE BIG LOVE - Una storia (d’amore) lunga 20 anni”, con contenuti inediti per raccontare la storia di un’icona in pieno stile MINI.

Link: https://www.mini.it/it_IT/home/mini-world/20-anni/anniversario.html?mci=%2Fcontent%2FMINI%2FmarketIT%2Fmini_it%2Fit_IT%2Fhome



Per ulteriori informazioni:

Ornella Pensato

PR & Communication MINI

Tel: + 39 02 51610 164

E-mail: ornella.pensato@bmw.it

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 1.000 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/>