



Comunicato stampa

24 maggio 2022

MINI lancia la nuova campagna MINI Full Electric: ELETTRIFIGATA!

Il marchio MINI torna a far parlare di sé con una nuova campagna unconventional dedicata al modello completamente elettrico.

Milano. MINI lancia la nuova campagna advertising MINI Full Electric e torna a far parlare di sé con il suo approccio giovane, scherzoso e unconventional. Con affissioni dai toni ironici contestualizzate nel territorio (Milano e Roma), colorerà le strade delle città, e conquisterà tutti gli ambienti con contenuti digitali ed audio, entrando in sintonia con i clienti.

La nuova campagna MINI introduce il neologismo "**ELETTRIFIGATA**", che fonde insieme i concetti di elettrico e cool, per descrivere al meglio quel feeling così speciale che si prova guidando una MINI Full Electric.

“MINI Full Electric è la soluzione di mobilità urbana sostenibile più cool. – dichiara Stefano Ronzoni, Head of MINI Italia- Questo è il nostro punto di forza ed il principale motivo per cui i nostri clienti ci scelgono e quello per cui i nostri fan ci desiderano. ELETTRIFIGATA non è solo un gioco di parole, ma è un vero e proprio claim che ci consentirà di consolidare ulteriormente l’awareness del prodotto e di rafforzare il suo posizionamento sul mercato.”

La campagna ci conduce in un viaggio a emissioni zero attraverso il BEV Paese (Battery Electric Vehicle) – alias il "Bel Paese" – cominciando dai luoghi più iconici di Milano e Roma.

Una serie di copy-ad in puro stile MINI, pianificati su OOH geo-localizzati di vari formati, interagiscono in modo ironico con i luoghi in cui si trovano per proporre lo stile di guida 100% elettrico e a zero emissioni proprio di MINI Full Electric. Il tutto è amplificato a livello nazionale da una campagna digitale e da una campagna audio digitale con contenuti pensati appositamente per Spotify e sui social media, con contenuti che toccano anche altre città italiane nel resto del Paese.

MINI ha sempre attirato l’attenzione con una comunicazione un passo avanti. Fin dal primo giorno dal rilancio firmato BMW Group, MINI ha utilizzato una grande varietà di canali di comunicazione per trasmettere il suo carattere irriverente e non convenzionale, rendendo le iconiche campagne inconfondibili ed indimenticabili.

“Siamo partiti con “Is it Love?” 20 anni fa, per arrivare a “Big Love”, la conferma di come MINI vede il mondo- prosegue Stefano Ronzoni-. Amore per le persone, per il progresso e rispetto per l’ambiente circostante. Con MINI Full Electric abbiamo dimostrato che è possibile combinare il DNA di MINI ad una mobilità sostenibile e la strategia del nostro marchio è chiara: entro il 2030 diventeremo il primo brand del BMW Group totalmente elettrico.”

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



MINI "BEV Paese" è un'amplificazione locale della campagna globale di MINI "BIG LOVE FOR THE PLANET", creata per i suoi veicoli Full Electric.

Stay Tuned and... 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 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 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/bmw-group/>