

Comunicato stampa

15 novembre 2022

MINI ARRIVA ALLA MILAN GAMES WEEK CON UN ACTION PACK CONTENENTE LA NUOVA MINI CONCEPT ACEMAN A TEMA POKÉMON

Presso la MINI Area - Recharging Lounge sarà disponibile, per la prima volta in Italia, l'Action Pack della MINI Concept Aceman in versione Pokémon. Nel corso della tre giorni, un ricco palinsesto di contenuti e attività con Talk, DJ Set e Special Guests, tra cui Federic95ita.

Milano. MINI è sponsor della Milan Games Week, il più importante evento in Italia dedicato al gaming e agli esports di scena da venerdì 25 a domenica 27 novembre a Milano (Fiera Milano Rho). All'interno dell'area Merchandising & Entertainment, nel padiglione 12, sarà presente la MINI Area - Recharging Lounge con un grande protagonista: l'Action Pack della MINI Concept Aceman in Pokémon Mode, un modello di dimensioni 1:1 contenuto in un vero e proprio pacco da gioco.

MINI, che ha da poco sancito una collaborazione internazionale con Pokémon, sarà infatti presente alla Milan Games Week con la nuova concept car della gamma elettrificata, che incarna un concetto di mobilità visionario, innovativo e sostenibile. L'Action Pack consiste in una confezione trasparente tipica delle action figure e permetterà di scoprire le speciali caratteristiche di design della MINI Concept Aceman in Pokémon Mode, come una Poké Ball al centro del cerchione e la raffigurazione di Pikachu, il famosissimo Pokémon di tipo Elettrico.

Durante i tre giorni di fiera non mancheranno inoltre sorprese in stile MINI per tutti i visitatori: talk, DJ Set e special guest animeranno la Recharging Lounge di MINI, dando così la possibilità di ricaricare le proprie energie e i propri smartphone, tra una partita ai videogames e l'altra. Ogni giorno, presso lo stand MINI, sarà presente come ospite [Federic95ita](#), uno dei principali esperti del mondo Pokémon e collezionista di carte, che racconterà la sua esperienza e interagirà con il pubblico. Non mancherà poi l'intrattenimento musicale: il corner MINI si trasformerà in una vera e propria pista da ballo e ospiterà ogni sera un Silent DJ set con musiche legate al mondo Pokémon e ai cartoon che hanno fatto la storia: saranno presenti in consolle Ale Rossi (venerdì 25), Apofeja (sabato 26) e Sgamo (domenica 27). Un tuffo nel passato, che risveglierà il bambino che vive in ognuno di noi!

Questa esperienza di MINI alla Milan Games Week arriva dopo la partecipazione lo scorso agosto alla Gamescom di Colonia. Il videogioco, infatti, è diventato la forza dominante dell'industria dell'intrattenimento negli ultimi dieci anni, abbracciando le diverse sottoculture e integrandole organicamente. La "gamification" giocherà un ruolo sempre più importante nella MINI del futuro e offrirà un'esperienza unica ai suoi clienti, a partire dalla collaborazione con Pokémon che porterà a milioni di fan l'unione di due franchise iconici e giovani, al grido del claim "PLAY ON", che promuove con

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



entusiasmo una società aperta e diversificata.

Pokémon è uno dei franchise di intrattenimento di maggior successo, lanciato per la prima volta nel 1996 in Giappone, con l'uscita di Pokémon Rosso e Pokémon Verde. I videogiochi catturano la meraviglia della scoperta, della raccolta e dell'allenamento dei Pokémon immergendosi nel ruolo di Allenatore di Pokémon. MINI non poteva scegliere un Pokémon più adatto di Pikachu per questa collaborazione. Dopo tutto, l'iconico Pokémon è piccolo, speciale e dotato di abilità elettriche. Con la quinta generazione di modelli, MINI persegue coerentemente la strada dell'elettrificazione e sarà un marchio completamente elettrico entro i primi anni 2030. Le vendite della MINI Electric sono quasi raddoppiate lo scorso anno, a dimostrazione del fatto che la comunità MINI sta crescendo e si sta muovendo sempre più nella direzione della mobilità elettrica.

I Big Fun Lover possono scoprire un fitto programma di attività, consultabile anche sulla landing page dedicata www.mini.it/milangamesweek.

MINI CONCEPT ACEMAN

Il linguaggio di design presentato per la prima volta con la MINI Concept Aceman rappresenta l'alba di una nuova era del design MINI. Il principio della Charismatic Simplicity mette in evidenza l'essenziale, conferendo alle caratteristiche tipiche del design MINI un significato ancora più importante. Rimanendo fedele ai valori tradizionali del marchio, ma con passione per l'innovazione tecnologica, il nuovo design MINI crea un veicolo dal carattere emozionante, con un appeal futuristico e uno stile inconfondibile. Oltre al design semplice e ridotto degli esterni e degli interni, anche l'esperienza utente, fatta di luce, movimento, interazioni e suoni, contribuisce a definire questo stile. Le superfici realizzate in tessuto riciclato lavorato a maglia con freschi contrasti cromatici si combinano con i comandi digitali senza soluzione di continuità, con un nuovo display OLED come interfaccia centrale. Tutto questo crea un'esperienza interna unica, inconfondibilmente MINI.

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>

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



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/>