



Comunicato stampa

11 settembre 2024

La House of MINI apre le porte alla città di Milano in occasione del 65° compleanno dell'icona britannica

Da martedì 10 a venerdì 27 settembre la House of BMW in Via Montenapoleone 12 si trasforma in House of MINI, per celebrare insieme ai MINI friends 65 anni di successi.

Milano. La nuova generazione di prodotti MINI è pronta a celebrare i 65 anni di storia del brand britannico nella suggestiva location di Via Montenapoleone 12.

Ieri sera si è tenuta la serata di inaugurazione della House of MINI, un luogo che vuole celebrare il passato e il futuro del brand con un percorso iconografico che attraversa i decenni di storia che hanno reso MINI una icona. È proprio questo che viene in mente pensando a MINI, un'icona, un brand capace di suscitare emozioni forti, che uniscono diverse generazioni.

Un'idea rivoluzionaria, nata dalla matita di Alec Issigonis nel 1959 e poi reinterpretata dal BMW Group nel 2001, un viaggio nel tempo che ha attraversato trasversalmente molti mondi, unito due secoli, affascinato celebrità dello spettacolo e accompagnato stili di vita, una storia che viene da lontano ma che è ancora tutta da scrivere.

La storia di una vettura che è riuscita a diventare molto più di un'automobile, inventando un modo di essere e di vivere.

Dalla Mini alla MINI, from The Original to The Original, una vettura che cavalca le strade di tutto il mondo da 65 anni, mantenendosi sempre inconfondibile nell'aspetto e al tempo stesso attenta ad anticipare le tendenze, in grado di interpretare società e modelli culturali diversi, mantenendo una connotazione universale, un perfetto equilibrio tra tradizione e attenzione al futuro.

“MINI è entrata nel portafoglio di prodotto del BMW Group nel 2001- dichiara Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato BMW Italia - con un ruolo fondamentale: attrarre una clientela diversa, più giovane e trendsetter che ampliasse il nostro target di riferimento.”

“Oggi abbiamo davanti sfide altrettanto importanti: conservare questa iconicità e proiettarla nel futuro per assicurarci che il brand continui ad essere di successo e un punto di riferimento nel mercato dell'automobile e del lifestyle. E che continui a ispirare amore nella propria community di riferimento – prosegue Di Silvestre.

E' quello che abbiamo fatto negli ultimi vent'anni, periodo di tempo nel quale MINI è tornata ad essere un'icona di stile, di moda, di glamour come avvenuto con l'originale di Issigonis.

Faremo tutto questo attraverso tre elementi fondamentali che hanno garantito il nostro successo attraverso le decadi: Design, Innovazione, Comunicazione.”

Abbiamo scelto di celebrare il 65esimo compleanno di MINI proprio nel quadrilatero della moda milanese, trasformando la nostra rinomata House of BMW nella House of MINI e i nostri modelli più iconici in vere e proprie “macchine del tempo”, in grado di guidarci attraverso i decenni come spettatori privilegiati dell'evoluzione della società, della musica e, naturalmente,

MINI **CORPORATE COMMUNICATIONS**



dell'industria automobilistica e del nostro approccio al mercato – dichiara Federica Manzoni, Head of MINI Italia.

Sono molto orgogliosa di essere qui, in questo luogo speciale, nel quale abbiamo voluto creare per due settimane un punto di riferimento per la nostra community, dove ripercorrere la storia di successo del brand MINI e, al tempo stesso presentare i nuovi modelli della gamma MINI compresa la Nuova MINI Aceman, dando una chiara visione del futuro del nostro brand”.

“Tante sono le novità in termini di design e innovazione che MINI propone al mercato con la sua nuova gamma – prosegue Federica Manzoni. Design minimale, ottimizzazione dello spazio, moderni sistemi di assistenza alla guida, un nuovo mondo di esperienze digitali che coniugano la tradizione del design MINI, il tipico go-kart feeling con l'impegno del nostro brand per un futuro completamente elettrico e sostenibile”.

Dal 10 al 15 settembre la House of MINI ospita due prodotti che chiaramente esprimono l'heritage e il nuovo percorso dell'icona a 3 porte: un esemplare della Classica Morris Mini-Cooper S Works Rally del 1965 e la Nuova MINI Cooper.

Da lunedì 16 settembre il cortile della House of MINI accoglierà la Nuova MINI Aceman, un prodotto innovativo, un crossover 5 porte che combina dimensioni esterne compatte con il massimo spazio possibile all'interno dell'abitacolo e una trazione completamente elettrica, in ottica di ottimizzazione dell'uso dello spazio con un ingombro minimo combinato con un concept di guida moderno. È disponibile ad oggi in due motorizzazioni: MINI Aceman E (184 CV) ha una capacità della batteria di 42 kWh, consentendo di raggiungere un'autonomia di 300 chilometri nel ciclo di prova WLTP; MINI Aceman SE (218 CV) ha una capacità della batteria di 54 kWh, consentendo di raggiungere un'autonomia di 400 chilometri nel ciclo di prova WLTP*.

In occasione del compleanno di MINI è stato realizzato un progetto di comunicazione volto a ripercorrere la storia dei successi del brand.

Max Corona, autore nonché voce di Storie di Brand, uno dei podcast italiani di maggior successo, ha realizzato per MINI un racconto che ripercorre la storia dei successi dal 1959.

Nel nuovo episodio Storie di Brand - Oltre l'Impossibile, Max Corona si immerge nell'affascinante narrativa che ha trasformato un'idea innovativa di Alec Issigonis in un simbolo di stile e performance conosciuto in tutto il mondo.

Dalla sua nascita come soluzione economica per le famiglie britanniche, la Mini ha saputo conquistare le strade e i cuori, mergendo come un'icona pop durante le rivoluzioni culturali degli anni '60.

Questo racconto coinvolgente esplora la storia di questa iconica macchina, dalle fughe rocambolesche nelle condizioni più sfidanti ai successi nei rally internazionali. L'episodio è costellato di eventi storici che hanno influenzato il suo sviluppo, regalando agli ascoltatori una visione unica di come un'auto possa incarnare non solo un mezzo di trasporto, ma un vero e proprio stile di vita.

*I dati tecnici specificati sono preliminari.

Per ulteriori informazioni:

Cristiana Raffaella Lattuada

DDG Comunicazione - Comunicazione

MINI **CORPORATE COMMUNICATIONS**



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 comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.

Nel 2023, il BMW Group ha venduto oltre 2,55 milioni di automobili e più di 209.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2023 è stato di 17,1 miliardi di euro con un fatturato di 155,5 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2023, il BMW Group contava un organico di 154.950 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine 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 alla 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 850 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/>