

Comunicato stampa

27 giugno 2025

**MINI celebra l'inizio dell'estate con un "cool party" alla House of MINI**



**La House of MINI di Milano ha ospitato una serata dedicata alla community, evidenziando l'impegno di MINI nel creare esperienze significative per i propri clienti.**

**Milano.** Ieri sera, la House of MINI in via Manzoni 41 a Milano ha ospitato un evento esclusivo per celebrare l'inizio dell'estate: il "MINI Cool Party". L'atmosfera vibrante e festosa ha riunito gli appassionati del brand per una serata indimenticabile all'insegna del divertimento e della convivialità.

Ad accogliere gli ospiti in una calda serata d'estate, col sole che tramonta dietro ai tetti di Milano, tingendo il cielo di sfumature dorate e rosa, le ultime novità della gamma MINI.

# MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



Il momento perfetto per un'avventura romantica a bordo della Nuova MINI Cabrio, un'auto che incarna la libertà e il piacere di vivere. E poi l'immancabile MINI Cooper, che col suo spirito energico e l'intramontabile design iconico, è capace di rendere ogni viaggio un'esperienza entusiasmante, regalando emozioni dal sapore inconfondibile di divertimento e passione. Ed infine MINI Countryman, con tanto di tavola da surf sul tetto, perfetta compagna per una fuga in questi primi weekend estivi alla ricerca di nuove avventure.

Ed accanto alle iconiche vetture, il deejay set ha animato la serata creando un'atmosfera coinvolgente, invitando gli ospiti a festeggiare l'arrivo della stagione estiva.

Partner dell'evento MC2 Saint Barth, che per l'occasione ha prodotto dei capi lifestyle dedicati a celebrare l'icona britannica.

MC2 Saint Barth è l'holidaywear che si indossa nei momenti in cui ci si dedica al tempo libero, agli amici, alla famiglia, quei momenti spensierati, caratterizzati da colori e da ironia. I capi MC2 Saint Barth sono diventati accessori personalizzati e ricercati, che esprimono l'identità del cliente. Caratteristiche che perfettamente si sposano con il DNA di MINI.

"Il MINI Cool Party è un modo per celebrare non solo l'inizio dell'estate, ma anche la nostra comunità di appassionati e sostenitori", ha dichiarato Federica Manzoni – Head of MINI. "Siamo entusiasti di condividere questa esperienza con i nostri clienti e di mostrare come MINI rappresenti uno stile di vita unico e dinamico."

L'evento ha sottolineato l'impegno di MINI nel creare esperienze memorabili per i propri clienti, rafforzando la relazione tra il marchio e la sua comunità.

Per la community di MINI, ritrovarsi in occasioni come questa è fondamentale. Questi eventi non solo rafforzano i legami tra i MINI Lovers, ma creano anche un senso di appartenenza e condivisione. "Essere parte della famiglia MINI significa condividere momenti speciali e costruire ricordi insieme", ha aggiunto Federica Manzoni. "Ogni incontro è un'opportunità per celebrare la nostra passione comune e per ispirarci a vicenda... in puro stile MINI!"

La House of MINI si conferma come un punto di riferimento per gli eventi e le esperienze legate al marchio, offrendo uno spazio accogliente e innovativo per tutti gli amanti dell'iconico brand britannico.

# **MINI** **CORPORATE COMMUNICATIONS**



Per ulteriori informazioni:

**Cristiana Raffaella Lattuada**

PR & Communication MINI

E-mail: [cristiana.lattuada@bmw.it](mailto: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 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 2024, il BMW Group ha venduto oltre 2,45 milioni di automobili e più di 210.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2024 è stato di 11,0 miliardi di euro con un fatturato di 142,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2024, il BMW Group contava un organico di 159.104 dipendenti.

Il successo economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

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](http://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/>