

Comunicato stampa
15 settembre 2026

KEEP CALM: TORNA LA MINI WEEK, LA SETTIMANA PIÙ MINI DELL'ANNO



Dal 21 al 26 settembre, la rete MINI in Italia accoglie clienti e appassionati con vantaggi dedicati, novità di prodotto e tutta l'energia del mondo MINI.

San Donato Milanese. Settembre è il mese della ripartenza. Ma con MINI, anche il ritorno alla quotidianità può trasformarsi in un'occasione per esprimere il proprio stile, scoprire nuove possibilità e vivere un'esperienza fuori dall'ordinario.

Dal 21 al 26 settembre 2026 torna la MINI Week, la settimana più MINI dell'anno: sei giorni dedicati a chi desidera entrare a far parte della MINI Society e scoprire l'intera gamma del brand presso gli showroom MINI in Italia.

I clienti potranno recarsi presso gli showroom MINI per scoprire la gamma, le novità e i vantaggi dedicati alla MINI Week.

Protagoniste della campagna saranno MINI Countryman e MINI Cooper, interpreti di un concept creativo che gioca sul tema della ripartenza con l'ironia e il tono inconfondibile di MINI. Il messaggio coinvolgerà comunque l'intera gamma, raccontata attraverso una comunicazione coordinata sui diversi canali.

Durante la MINI Week, i visitatori potranno conoscere e testare i modelli MINI, esplorarne le possibilità di personalizzazione, e ricevere informazioni sui vantaggi commerciali dedicati all'iniziativa. Tra tra le principali iniziative

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



risaltano: condizioni eccezionali su vasta parte della gamma di modelli MINI, il programma di manutenzione in omaggio e un'offerta esclusiva sull'acquisto di set ruote complete....per un vantaggio cliente complessivo unico.

Tradizione britannica, carattere contemporaneo

La MINI Week sarà anche l'occasione per raccontare alcune delle espressioni più distintive del brand, a partire dalle edizioni speciali e limitate.

Negli showroom dei partner MINI inizieranno ad arrivare le prime MINI Victory Edition, nate per celebrare il DNA sportivo del marchio e l'universo John Cooper Works attraverso contenuti e dettagli esclusivi. La disponibilità dell'edizione sarà limitata e potrà variare tra i diversi punti vendita.

L'iniziativa accompagnerà inoltre la novità legata all'ordinabilità di MINI Oxford Edition. Disponibile esclusivamente su MINI Cooper 3 Porte, questa edizione limitata rappresenta il perfetto equilibrio tra storia, carattere e innovazione, che ha reso MINI un'icona riconosciuta in tutto il mondo..

Accanto a queste novità, le configurazioni più colorate e ricche di accessori metteranno in evidenza la capacità di MINI di trasformare ogni vettura in una dichiarazione personale. In particolare, MINI Countryman avrà un ruolo centrale negli showroom, mentre le edizioni speciali contribuiranno a raccontare l'incontro tra heritage britannico, creatività e visione contemporanea.

Un'esperienza MINI dentro e fuori dallo showroom

La MINI Week è un'esperienza pensata per coinvolgere la community e portare negli showroom l'atmosfera conviviale e anticonformista del brand britannico.

I Partner MINI accompagneranno l'iniziativa con attività locali ispirate alla cultura britannica, momenti di accoglienza, contenuti social, test drive ed esperienze dedicate alle edizioni speciali. Tra le suggestioni sviluppate per la rete figurano il British Afternoon Tea, la Soundtrack of Britain per accompagnare l'esperienza di guida e corner dedicati alle radici britanniche e alla visione futura del marchio.

Keep calm: è arrivata la settimana più MINI dell'anno.

Per ulteriori informazioni:

Cristiana Raffaella Lattuada

PR & Communication MINI

E-mail: cristiana.lattuada@bmw.it

Tel: +39-02-51610-710

Media website: <http://www.press.bmwgroup.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 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 2025, il BMW Group ha venduto oltre 2,46 milioni di automobili e più di 202.500 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2025 è stato di 10,2 miliardi di euro con un fatturato di 133,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2025, il BMW Group contava un organico di 154.540 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

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>