

Si rinnova il Mercedes-Benz Spot di Milano

Informazione Stampa

In Galleria Vittorio Emanuele II brilla una nuova Stella

11 dicembre 2008

- **Inaugurazione alla presenza di Volker Wiedmeyer, Amministratore Delegato di Mercedes-Benz Italia e Stefan L. Randak, Amministratore Delegato di Mercedes-Benz Milano**
- **Evoluzione di un'idea unica: il Mercedes-Benz Spot di Milano**
- **Caratteristiche architettoniche del rinnovato MB Spot di Milano**
- **TAG Heuer presenterà il nuovo crono SLR Lap timer**

Milano. In Galleria Vittorio Emanuele II, vero e proprio salotto nel cuore di Milano, si inaugurerà stasera la nuova boutique Mercedes-Benz Spot. Dalle 18.00 alle 21.00, Volker Wiedmeyer, Amministratore Delegato di Mercedes-Benz Italia, insieme a Stefan L. Randak, Amministratore Delegato di Mercedes-Benz Milano, accoglieranno i prestigiosi e numerosi ospiti per una serata all'insegna della raffinatezza e dell'eleganza tipiche della Stella.

“E' molto importante per Mercedes-Benz Italia trovare formule sempre attuali per comunicare con i Clienti e sviluppare sempre di più lo speciale rapporto che lega il nostro marchio al pubblico italiano e, in questo caso, milanese. Al pari del nuovo Mercedes-Benz Center, il rinnovato MB Spot è la migliore espressione della nostra filosofia e ci consente di offrire a tutti i visitatori un'esperienza totale nel marchio con la Stella”, ha dichiarato Volker Wiedmeyer.

In linea con le più recenti esperienze nel mondo della moda e del cinema, che hanno reso il marchio Mercedes-Benz Official Sponsor di Milano Moda Donna e partner della pellicola campiona d'incassi “Sex and the City”, la Casa con la Stella ha deciso di rinnovare profondamente una boutique storica nel cuore del centro milanese. Proprio il Mercedes-Benz Fashion Club di Milano Moda Donna ha rappresentato una fonte di ispirazione per il design degli interni del rinnovato Spot.

L'MB Spot di Galleria Vittorio Emanuele II, secondo Spot di Milano dopo quello presente all'interno del MB Center, è un'ulteriore espressione dell'attuale linguaggio stilistico Mercedes-Benz. Forme, colori e materiali: tutto è ispirato alla massima purezza. Il bianco assoluto veste gli arredi di raffinata eleganza, mentre gli innovativi proiettori a led, ad intensità e tonalità di luce variabile, esaltano al meglio gli oggetti esposti nei 100 mq² della boutique.

“Al pari del Mercedes-Benz Center, il nuovo MB Spot di Galleria Vittorio Emanuele II ci offre oggi l'opportunità di rafforzare ulteriormente la presenza sul territorio milanese e soddisfare al meglio le esigenze degli appassionati del Marchio”, dichiara il Dott. Stefan L. Randak, Amministratore Delegato di Mercedes-Benz Milano.

L'inaugurazione di domani sera sarà anche l'occasione per presentare al pubblico il nuovo crono SLR Lap timer firmato TAG Heuer, realizzato per celebrare la McLaren-Mercedes SLR e Juan Manuel Fangio.

Il TAG Heuer SLR Calibre S Laptimer non è solo un orologio da polso estremamente preciso, ma anche un vero e proprio cronometro da polso con un display analogico di indicazione dei tempi. Il cronografo TAG Heuer SLR Calibre S Laptimer con cassa da 47mm rappresenta l'evoluzione dell'esclusivo movimento Calibre S. Il rivoluzionario movimento elettromeccanico è stato ulteriormente perfezionato per creare un meccanismo unico ispirato ai motori da corsa: combinando il cronografo preciso a 1/100 di secondo, memoria ed indicazioni fino a 20 giri ed accesso diretto al tempo del miglior giro, il nuovo cronografo soddisfa le più elevate aspettative del vero appassionato delle competizioni sportive.

McLaren-Mercedes SLR e TAG Heuer condividono gli stessi valori: performance, design, prestigio, innovazione e, naturalmente, passione per le corse automobilistiche. La loro storia comune risale al 1955, l'anno in cui l'ambasciatore di TAG Heuer, Juan Manuel Fangio, guidò la sua prima Mercedes SLR (Sports, Lights, Racer) 'Freccia d'argento' lungo le curve da brivido della 'Mille Miglia', uno dei tracciati 'sacri' delle leggendarie competizioni automobilistiche degli anni '50.

Presenti in 9 città italiane (Bologna, Catania, Firenze, Milano, Napoli, Padova, Roma, Torino e Verona), i 10 Mercedes-Benz Spot rappresentano un raffinato punto d'incontro dove si possono scegliere gli articoli realizzati in esclusiva per Mercedes dalle aziende più prestigiose: capi d'abbigliamento ed accessori, orologi, piccola e grande pelletteria ed articoli da viaggio. Ogni prodotto è contraddistinto dalla qualità e dalla ricerca del dettaglio propri del marchio tedesco e possiede, a livello emozionale, l'essenza stessa delle vetture con la Stella.

Sviluppare e personalizzare il più possibile il rapporto con i propri Clienti: questo è l'obiettivo centrale dell'idea, proposta da Mercedes-Benz Italia, per creare un punto di contatto e dialogo con un pubblico sempre più vasto ed eterogeneo che si incontra dove vive abitualmente, quindi nei centri storici delle città, presentando oggetti eleganti e pieni di personalità.

L'idea del Mercedes-Benz Spot è nata in occasione del lancio sul mercato della prima generazione di Classe A, modello che ha determinato una grande 'svolta' nella storia della Casa. Nasceva, infatti, una vettura Mercedes-Benz dedicata ad un pubblico più ampio, che richiedeva una nuova strategia di comunicazione.

Gli Spot, che raggiungono punte di oltre 7.000 presenze giornaliere, testimoniano il successo della scelta operata da Mercedes-Benz Italia per coinvolgere nel mondo della Stella un pubblico sempre più numeroso, sviluppando naturalmente un "senso di appartenenza" che rappresenta il patrimonio primario della Casa di Stoccarda.