Comunicado de prensa

19/08/2014

# MINI cumple 55 años: un vehículo pequeño con una gran historia

Cuando el primer Mini clásico fabricando en Birmingham-, salió al mercado precisamente el 18 agosto de 1959, ninguna de las personas involucradas imaginaron que ese revolucionario concepto de vehículo compacto, se convertiría en una de las historias de la industria automotriz más impresionantes que abarca 5 décadas y media.

Hace 55 años, dos modelos -que se diferenciaban en la parrilla del radiador, los tapa cubos y los acabados en pintura fueron presentados al público- el Morris Mini Minor y el Austin Seven.

El concepto del diseñador Alec Issigonis fue tanto simple como ingenioso: amplio espacio interior combinado con mínimas dimensiones exteriores, cuatro asientos, perfectas propiedades de manejo, bajo consumo de combustible y un precio razonable. Estas brillantes ideas tuvieron un impacto que se extendió hasta el siglo XXI. El principio fundamental de la marca fue confirmado una vez más con el lanzamiento del MINI en 2001: un concepto superior que ganó popularidad y que se estableció firmemente en el gusto de los clientes. Desde entonces, MINI ha combinado los valores clásicos de las primeras generaciones con los requerimientos de un vehículo moderno.

Sólo unos cuantos conceptos de vehículo han sobrevivido por un periodo tan largo o han ganado un nivel comparable de popularidad y ningún otro concepto se ha aplicado una variedad de versiones una amplia, como en el caso del MINI.Hoy en día la gama está integrada por una serie de modelos comenzando por la opción de carrocería clásica del MINI, que incluye MINI Clubman, MINI Convertible, MINI Coupé y el MINI Roadster aunados al MINI Countryman y MINI Paceman. La marca comenzó otro nuevo capítulo de estos éxitos en la primavera de 2014 cuando el nuevo MINI llegó al mercado. Una variante llegará en otoño de 2014 con el nuevo MINI 5 puertas.

Todos los modelos comparten la elegancia, manejo inmejorable, excelente seguridad, concepto deportivo inigualable, un diseño expresivo y de fácil reconocimiento y una calidad de nivel Premium sin compromisos. La combinación de diferentes calidades es tan nueva como lo fue hace 55 años y el concepto se mantiene más joven que nunca.

En la primera semana de agosto, los miembros de la comunidad del MINI clásico y el nuevo MINI se reunieron en el condado de Kent para celebrar al más exitoso y popular vehículo compacto en su aniversario número 55.Los entusiastas del MINI se mostraron tan impresionados por la nueva generación del modelo original en el segmento Premium de vehículos compactos, tal y como lo fueron algunos de sus antecesores. Los vehículos presentados en el show abarcaron desde uno de los primeros vehículos de la marca fabricado en 1960, un clásico Mini Clubman Estate, un modelo de 25 años edición especial de 1984 y hasta uno de los últimos MINIS clásicos construidos hasta el año 2000.

Dentro de los invitados de honor al aniversario, se incluyó la presencia de Paddy Hopkirk, quien logró el primer triunfo para la marca en el Rally de Monte Carlo en un Mini Cooper S hace 50 años y Russ Swift, quien demostró algunos de sus trucos únicos como stuntman. Fanáticos de la marca se reúnen tradicionalmente en la Convención Internacional de MINI (IMM) para demostrar su pasión por el más famoso vehículo compacto a nivel mundial. Este año se diseñaron y produjeron cientos de stickers individuales que contienen mensajes y fotografías. Los mejores diseños se presentarán posteriormente en la exhibición de MINI en el Museo de BMW en Múnich.

La Convención Internacional de MINI fue efectuada por vez primera en Alemania en 1978. Su popularidad se incrementó año con año, y los amantes de la marca viajaban desde cualquier destino hasta que se decidió que se convirtiera en un evento internacional. Esta convención se efectúa en diferentes países cada año, pero regresa a Reino Unido cada cinco años para celebrar el aniversario de la marca en agosto.

\*\*\*

**BMW Group**

BMW Group con sus marcas BMW, MINI, y Rolls-Royce, BMW Group es el fabricante líder de automóviles y motocicletas premium del mundo. Como compañía global, BMW Group cuenta con 29 plantas de fabricación y ensamblaje en 14 países y dispone de una red mundial de ventas con representaciones en más de 140 países.

En el año 2013, BMW Group vendió 1.963.798 automóviles y 115.215 motocicletas. El resultado del ejercicio en 2013 antes del pago de impuestos ascendió a 7,91 billones de euros, la facturación alcanzó los 76,06 billones de euros. Al 31 de diciembre de 2013 la plantilla mundial de la empresa incluyó a 110.351 empleados, según datos actualizados.

El éxito económico de BMW Group siempre ha sido construido sobre la base de su pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía ha establecido por lo tanto, la sustentabilidad ecológica y social en toda su cadena de valor, la responsabilidad de sus productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

\*\*\*

Información sobre BMW Group Argentina y sus productos, con textos y un archivo fotográfico en alta resolución, se puede encontrar en Internet en el BMW PressClub (Club de Prensa) de Argentina: <https://www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/ar/startpage.html>

**Para más información:**

Dan Christian Menges

Gerente de Comunicación Corporativa

BMW Group Argentina

TEL: (+54-11) 5555-6121

Fax: (+54-11) 5555-6116

E-mail:     Prensa@bmw.com.ar

