BMW Group
Argentina
Prensa

Comunicado de prensa
27 /09/ 2017

Best Global Brands 2017: MINI alcanza un valor de marca de cinco mil millones de dólares.

MINI continúa subiendo en la clasificación del TOP 100 de las Mejores Marcas Globales de Interbrand.

Munich. 26 de septiembre de 2017. Más que cualquier otra marca de vehículos, MINI es una declaración de estilo personal e inspira a clientes de todo el mundo. El reinventar de manera constante la marca mediante productos atractivos, innovación, autenticidad y comunicaciones distintivas de la marca es parte del ADN de MINI. Este entusiasmo por la marca también se refleja en la clasificación más reciente de Best Global Brands 2017 (Las Mejores Marcas Globales 2017) compilada por consultora de marca Interbrand. El valor de la marca MINI volvió a aumentar este año: Con un valor de marca de más de cinco mil millones de dólares, la marca premium innovadora subió al número 87 en la clasificación.

MINI continúa su crecimiento estable en el valor de la marca. En 2014, la marca aún luchaba por entrar al top 100, pero ingresó en el número 98 en 2015 y subió diez lugares en 2016 para llegar al número 88. Este año, una vez más, mejoró su posición.

El fuerte crecimiento en el valor de la marca tiene sus raíces en la implementación sistemática de la realineación de la marca anunciada en 2015. Diseño, autenticidad y valor intrínseco definen la nueva identidad de la marca, lo que también se refleja en el aspecto visual y en la nueva tonalidad de comunicaciones.

“Tenemos un interés genuino en las vidas, los intereses y las pasiones de la gente. Queremos hacer más que solo enviar mensajes al mundo. También queremos escuchar y entrar en un diálogo auténtico con creativos jóvenes y urbanos que se esfuerzan por tener una vida determinada y gratificante” comentó Sebastian Mackensen, Vicepresidente Senior de MINI.

MINI va más allá del vehículo para descubrir nuevas aplicaciones para el ADN único de MINI. La marca está dirigida para personas jóvenes creativas que viven en las ciudades, en donde el espacio vital atractivo es cada vez más escaso y el uso responsable de recursos de vivienda se vuelve más importante. Fiel a sus promesas de productos tradicionales de “uso creativo del espacio” y “huella mínima”, MINI está presentando una solución visionaria para ambos retos con la instalación “MINI LIVING – Breathe”. En colaboración con la empresa arquitectónica SO–IL, con sede en Nueva York, MINI está contribuyendo con una interpretación pionera de coexistencia consciente en cuanto a recursos en espacios citadinos limitados. “MINI LIVING – Breathe” cuestiona los conceptos convencionales de vivienda y se abre a soluciones creativas para desafíos futuros en el ambiente urbano.

MINI también promueve el uso responsable de recursos mediante sus productos y ha estado activo en el área de la movilidad eléctrica durante más de una década. El MINI E marcó el inicio de estudios a gran escala de la movilidad eléctrica desde 2008. Con base en el conocimiento obtenido de casi diez años de movilidad eléctrica, el MINI Cooper S E Countryman ALL4 híbrido conectable fue lanzado a principios de este año. En 2019, MINI también lanzará un modelo completamente eléctrico de tres puertas, el cual se presentó como el MINI Electric Concept en el Salón del Automóvil IAA de este año. De esta manera, el portafolio de vehículos de MINI se complementará con híbridos conectables y modelos totalmente eléctricos.

El crecimiento estable en el valor de la marca MINI ha estado acompañado por el crecimiento correspondiente en las ventas de productos. En los primeros ocho meses de este año, las ventas aumentaron 3.1% del año pasado para llegar a un total de 230,925 vehículos. Los más grandes conductores del crecimiento para la marca premium son el MINI Countryman (+12.9%) y el MINI Convertible (+20.3%).

Best Global Brands 2017 (Las Mejores Marcas Globales2017) son la edición número 18 del informe publicado cada año por la consultora de marca global Interbrand, la cual explora cómo las marcas determinan el éxito de una empresa. La evaluación se basa en: el éxito financiero de los productos y servicios pertenecientes a la marca, el papel de la marca, la toma de decisión de los clientes y su impacto en la fijación de los precios de la compañía.

http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/mini/

***

Acerca de BMW Group

Con sus 4 marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el líder mundial como fabricante Premium de vehículos y motocicletas; y proporciona a su vez también servicios financieros y servicios para la movilidad Premium. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2016, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 367 mil vehículos y alrededor de 145 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2016 fue de aproximadamente 9 mil 67 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 94 mil 16 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2016, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 124,729 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com
Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: http://twitter.com/BMWGroup
YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview
Google+: http://googleplus.bmwgroup.com

Para mayores informes favor de contactar a:

BMW Group Argentina
Dan Christian Menges
Corporate Communications Manager
BMW Group Argentina
TEL: (+54-11) 5555-6127
Fax: (+54-11) 5555-6115
E-mail: Prensa@bmw.com.ar

***

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