



Communiqué de presse n° 1675

Mardi 23 avril 2013

## **Le printemps des bonnes affaires chez MINI : trois nouvelles séries spéciales plus MINI que jamais.**

**Paris.** Pour célébrer l'arrivée des beaux jours, MINI commercialise en France trois nouvelles séries spéciales : l'une baptisée « Brick Lane » sur son modèle emblématique à 3 portes, la seconde intitulée « GetAway » sur son crossover Countryman à 5 portes, la troisième dénommée « Always Open » sur le MINI Roadster. Les points communs à ces trois nouveautés : un look particulièrement fun et un équipement spécifique, associés à un avantage client substantiel.

### **MINI One Brick Lane et MINI One D Brick Lane : place aux couleurs !**

Connue mondialement pour ses murs colorés, l'artère « Brick Lane » de Londres est sans doute l'une des rues les plus artistiques de la capitale britannique. Toutes aussi colorées, les MINI One Brick Lane et MINI One D Brick Lane partagent cet esprit néo-rétro et populaire, à l'instar de la MINI Docklands dont la production s'est achevée fin février. Parées d'une teinte au choix jaune, rose ou verte pour les coques de rétroviseurs, les bandes de capot et de toit, elles arborent également un macaron de calandre, des ouïes latérales et un badge intérieur multicolores spécialement créés pour l'occasion.

Côté équipements, les MINI One Brick Lane et MINI One D Brick Lane soignent leur look en offrant de série :

- Climatisation manuelle
- Volant gainé cuir 2 branches
- Jantes en alliage léger 15" design « 5-Star Twin Spoke » avec écrous antivol
- Chrome Line extérieur
- Clignotants blancs
- Teinte de carrosserie Pepper White (ou Midnight Black métallisé en option)

Disponible avec les motorisations One 75 ch essence et One D 90 ch Diesel, la nouvelle série spéciale Brick Lane constitue une offre d'accès à la marque MINI particulièrement intéressante puisque l'ensemble des équipements mentionnés ci-dessus sont tout simplement offerts, soit un avantage client exceptionnel de 2 450 € !

MINI One Brick Lane 75 ch : 15 790 €

MINI One D Brick Lane 90 ch : 18 400 €

## **MINI One Countryman GetAway : la MINI pour cinq équipée à moins de 20 000 €.**

L'appellation de cette nouvelle série spéciale « GetAway » renvoie au concept publicitaire international développé pour le MINI Countryman lors de son lancement, à savoir le crossover fun et polyvalent permettant de s'échapper de la ville en famille pour partir à l'aventure. Et dès l'extérieur, le MINI One Countryman GetAway invite au voyage : bandes décoratives latérales gauche/droite spécifiques, jantes en alliage léger 16" design « 5-Star Single Spoke » et badge de malle arrière exclusif.

L'équipement de série veille au confort des occupants :

- Climatisation manuelle
- Volant gainé cuir 2 branches
- Ordinateur de bord
- Radar de recul PDC arrière
- Ecrous de roues antivol
- Banquette arrière 5 places rabattable 40/20/40 et coulissante
- Teinte de carrosserie Light White (ou Absolute Black métallisé en option)

La motorisation One 98 ch essence proposée sur le MINI One Countryman GetAway montre un appétit mesuré avec une consommation moyenne de 6,0 l/100 km. L'avantage client de 2 350 € lui permet d'afficher le tarif le plus compétitif jamais vu sur la gamme MINI Countryman, sous les 20 000 €.

MINI One Countryman GetAway 98 ch : 19 950 €

## **MINI Cooper Roadster Always Open : l'esprit roadster à petit prix.**

Deuxième roadster le plus vendu en France en 2012, le MINI Roadster se fait encore plus attractif à l'approche de la saison estivale avec la série spéciale « Always Open » entièrement dédiée au plaisir de la conduite cheveux au vent.

Proposée avec la motorisation Cooper essence de 122 ch, la série spéciale Always Open associe à une décoration spécifique (badges sur les ouïes latérales, la malle arrière et le lecteur de CD) le contenu du Pack Always Open, soit un avantage client de 2 450 €.

Les équipements suivants s'ajoutent donc à la dotation de série du MINI Cooper Roadster :

- Commande de capote à ouverture semi-automatique
- Sièges avant chauffants
- Filet anti-remous

MINI Cooper Roadster Always Open 122 ch : 22 100 €

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Jean-Michel Juchet

Directeur de la Communication

Tél : +33.1.30.43.94.34

E-Mail : [jean-michel.juchet@bmw.fr](mailto:jean-michel.juchet@bmw.fr)

Olivier Wodetzki

Communication Produits et Technologies

Tél : +33.1.30.43.92.75

E-Mail : [olivier.wodetzki@bmw.fr](mailto:olivier.wodetzki@bmw.fr)

Les communiqués de presse, dossiers et photos sur l'actualité BMW Group sont consultables et téléchargeables sur le site Press Club :

[www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

[www.bmw-i.fr](http://www.bmw-i.fr)

Facebook: <https://www.facebook.com/BMWFrance>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

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

## **BMW Group en France**

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution environ 5.000 salariés en France. En 2012, BMW Group France a immatriculé 69.528 automobiles des marques BMW et MINI et 11.043 motos.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6l est un grand succès.

Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et introduira dès 2013 la révolutionnaire BMW i3 et d'inédits services à la mobilité urbaine. Le groupe français Schneider Electric est fournisseur et installateur international des bornes de recharge BMW i.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la

Photographie. Depuis 28 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs.

L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

## **BMW Group**

BMW Group, avec ses marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est une entreprise de dimension mondiale avec 25 sites de production et de montage implantés dans 14 pays différents et un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

BMW Group, leader sur le segment Premium du marché automobile, a vendu en 2012 près de 1,85 millions d'automobiles et plus de 117.000 motos. Pour l'année 2011, le résultat avant impôts s'est monté à 7,38 milliards d'euros, le chiffre d'affaires à 68,82 milliards d'euros. Au 31 décembre 2011, BMW Group employait un peu plus de 100.000 personnes.

Le succès économique de BMW Group repose sur une vision à long terme et une action responsable. L'entreprise a inscrit dans sa stratégie la durabilité économique et sociale tout au long de sa chaîne de création de valeur, la pleine responsabilité du constructeur vis-à-vis des produits et l'engagement à préserver les ressources fossiles. Ces efforts sont récompensés puisque BMW Group figure pour la huitième année consécutive en tête des constructeurs automobiles dans le Dow Jones Sustainability Index.