

## Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2013  
27 octobre 2015

### **La Nouvelle MINI se place en tête du baromètre de satisfaction des clients publié par l'ADAC.**

**La dernière édition de l'enquête portant sur la satisfaction des clients vis-à-vis de leur voiture offre à la nouvelle génération de la marque britannique premium la première place du classement dans la catégorie des citadines.**

**Munich.** La Nouvelle MINI conquiert les rues du monde entier, mais aussi le cœur de ses propriétaires. Dans une étude réalisée par le célèbre automobile club allemand ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club), la dernière génération de la citadine premium obtient des notes remarquables. En effet, dans la dernière édition de son baromètre de satisfaction des clients, la Nouvelle MINI décroche la première place dans la catégorie des citadines au classement établi par l'ADAC.

Ces résultats se fondent sur un sondage représentatif réalisé en ligne auprès de plus de 20 000 automobilistes dont le véhicule a été immatriculé pour la première fois entre octobre 2011 et décembre 2014. L'enquête portait notamment sur les performances, le confort, la sécurité, le respect de l'environnement, les équipements et le prix du véhicule, mais aussi sur la qualité du service après-vente pour ceux qui en avaient fait l'expérience. La Nouvelle MINI progresse dans pratiquement tous ces domaines. Avec un taux de satisfaction globale de 79,8 %, elle est parvenue à améliorer encore les bons résultats obtenus l'année passée et à décrocher la première place dans la catégorie des citadines.

C'est en matière de plaisir de conduite que la Nouvelle MINI obtient sa meilleure note auprès de ses propriétaires. La nouvelle génération de moteurs, le châssis entièrement revisité et la voie élargie du nouveau modèle offrent à la Nouvelle MINI un tempérament de feu à l'accélération et une agilité qui donne la sensation de conduire un kart. Les conducteurs de MINI apprécient en outre plus que jamais les équipements modernes, le style personnalisé et la qualité premium de la voiture. Ainsi, le confort de conduite accru, le nouveau concept d'affichage et de commande à bord ainsi que l'offre étendue de systèmes d'aide à la conduite ont permis à la Nouvelle MINI de décrocher la meilleure note dans la catégorie Confort d'utilisation.

Les caractéristiques largement éprouvées de la voiture, qui se traduisent par sa fonctionnalité optimisée et la qualité irréprochable des matériaux et de la finition, permettent à la Nouvelle MINI de mieux se positionner dans le classement Prix/Puissance par rapport aux enquêtes précédentes.

Cette première place au baromètre de satisfaction des clients publié par l'ADAC prouve une fois encore qu'en favorisant le plaisir de conduite et la personnalisation des véhicules, MINI satisfait ses clients sur la durée. Au vu de la stabilité de son prix de revente, la Nouvelle MINI s'impose incontestablement comme une valeur sûre sur le marché automobile. Depuis sa mise sur le marché, elle s'est non seulement vue décerner le titre de « Championne de la stabilité » par le magazine allemand Focus Online, mais aussi celui de « Valeur sûre » par le magazine allemand spécialisé Auto Bild.

## Communication et relations publiques

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :

Jean-Michel Juchet  
Directeur de la Communication  
Tél : +33 (0)1 30 43 94 34  
E-mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Olivier Wodetzki  
Communication MINI  
Tél: +33 (0)1 30 43 92 75  
E-mail : olivier.wodetzki@bmw.fr

<http://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>

### **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 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 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 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

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 30 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 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

### **BMW Group**

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 8,71 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 80,40 milliards d'euros pour l'exercice financier 2014. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.