Communiqué de presse n°3021
3 novembre 2021

La stratégie d'avenir de MINI : durabilité, diversité, innovation, rentabilité et optimisme.Communiqué.

Munich. Un alignement cohérent sur l'électrification et la transformation digitale, la conquête de nouveaux clients et marchés, ainsi que la poursuite de la valorisation de la marque dans le cadre d'activités communautaires et d'un engagement social en faveur de la diversité et de la tolérance constituent le cœur de la stratégie future de MINI. En tant que constructeur de citadines et de compactes premium implanté à l'échelle mondiale dans 109 pays, MINI s'engage à poursuivre sa « success story » par une évolution de sa gamme de produits, de ses innovations technologiques et de ses nouveaux sites de production. L'objectif est d'accroître sensiblement la désirabilité et la rentabilité de la marque au cours des dix prochaines années.

La capacité à repenser le statu quo est fermement ancrée dans la tradition de la marque. De nombreuses opportunités sont donc définies dans la stratégie d'avenir de MINI qui découle de la transformation actuelle du secteur automobile. Elles constituent un socle de confiance et d'optimisme quant au développement continu de la marque. Au cours des 9 premiers mois de l'année, MINI a vu une croissance ses ventes de 7,9 % par rapport à la même période en 2020. L'enthousiasme croissant pour l'électromobilité est particulièrement remarquable. La part des modèles électrifiés de MINI dans le monde est désormais supérieure à 15 % et même proche des 30 % en France.

MINI poursuit les objectifs stratégiques de durabilité de BMW Group en réduisant de manière conséquente les émissions de CO_2 sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Des matériaux innovants et une utilisation accrue de matières secondaires contribuent également à une plus grande durabilité. MINI utilise les possibilités offertes par la digitalisation pour des systèmes de commande intuitifs et des formes innovantes de personnalisation. La marque donne à ses clients les moyens de réaliser une intégration transparente du véhicule dans leur style de vie connecté et définit des références dans le domaine de la mobilité partagée.

En outre, MINI App se transforme en une plateforme numérique pour la communauté MINI du monde entier. Dès 2023, MINI présentera le premier modèle d'une nouvelle génération de voitures entrainées par un groupe motopropulseur entièrement électrique. La future gamme de voitures 100 % électrique sera constituée de la MINI Hatch 3 portes et d'un crossover dans les segments des citadines et des compactes premium. MINI développe également des concepts pour les futurs modèles John Cooper Works électrifiés. Les citadines MINI et un crossover dans le segment des compactes premium continueront d'offrir aux clients une alternative avec des moteurs à combustion conventionnels.

Un autre élément de la stratégie de croissance durable est l'offensive de MINI dans le segment des compactes premium. Outre le successeur de l'actuel MINI Countryman, un nouveau concept de véhicule est en cours de développement. Celui-ci répondra aux souhaits de nombreux clients à la recherche de plus d'espace et de confort et d'une modularité accrue.

Afin de participer à l'évolution positive du plus grand marché automobile du monde et d'y séduire un nombre de plus en plus important de clients, MINI passera bientôt du statut de marque d'importation à celui de marque automobile produisant localement en Chine. À partir de 2023, les nouveaux modèles du segment des citadines développés pour l'e-mobilité seront produits en Chine, pour ce marché. La production se fera dans l'usine automobile nouvellement construite à l'est du pays. MINI utilisera les voitures produites sur place pour répondre à la demande grandissante en Chine et sur les autres marchés mondiaux pour un plaisir de conduire sans émissions locales.

La production de la prochaine génération de MINI Countryman sera également lancée en 2023 à l'usine BMW Group de Leipzig faisant de ce modèle la première MINI fabriquée en Allemagne. Tous les autres modèles MINI seront produits à l'usine MINI d'Oxford, qui reste le cœur de la production MINI. Le Royaume-Uni continuera d'être le berceau de la marque.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Pierre Bedhome
Responsable Communication
Produits MINI
Tél: 06 87 51 08 17
E-mail: pierre.bedhome@bmw.fr

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France.
En 2020, BMW Group France a immatriculé 67 359 automobiles des marques BMW et MINI et 18 081 motos et scooters de la marque BMW Motorrad. Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables.
BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. Depuis plus de 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.
L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr
Facebook: www.facebook.com/BMWFrance
Twitter: www.twitter.com/BMWFrance
Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr
YouTube: www.youtube.com/BMWFrance
Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, 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 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.
En 2020, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos. En 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, les effectifs de BMW Group étaient de 120 726 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com
Facebook: www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: www.twitter.com/BMWGroup
YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView
Instagram: www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw