

Δελτίο Τύπου
25 Ιουνίου 2015

Το μέλλον ανήκει στη MINI: το BMW Group επαναπροσδιορίζει την προϊόντική στρατηγική της μάρκας MINI.

Το νέο MINI Clubman επαναπροσδιορίζει την compact κατηγορία.

Έμφαση σε πέντε μοντέλα.

Επανατοποθέτηση της μάρκας MINI.

Η πρώτη κατασκευάστρια εταιρία αυτοκινήτων που προσφέρει ενσωματωμένη δυνατότητα car-sharing.

Νέα εταιρική σχεδίαση.

Μόναχο/Βερολίνο. Το BMW Group προχωρά σε στρατηγικό αναπροσδιορισμό του προϊόντος και της μάρκας MINI. Στην παγκόσμια πρεμιέρα του νέου MINI Clubman στο Βερολίνο, ο Peter Schwarzenbauer, μέλος του Δ.Σ. της BMW AG, υπεύθυνος MINI, Rolls-Royce, BMW Motorrad και After Sales, εξήγησε το σχέδιο εξέλιξης της μάρκας: «Από το 1959 που δημιουργήθηκε, η μάρκα MINI συμβόλιζε πάντα τις ιδέες, την έμπνευση και το πάθος. Αυτό δεν αλλάζει. Το νέο MINI Clubman συμβολίζει την ανανεωμένη φιλοσοφία της μάρκας μας: Μελλοντικά, θα επικεντρωθούμε σε πέντε βασικά μοντέλα με ισχυρές προσωπικότητες. Θα ανοιχτούμε σε νέες ιδέες και νέους επιχειρηματικούς τομείς. Θα εξελίξουμε την οπτική ταυτότητα της μάρκας. Επεκτεινόμαστε στην premium compact κατηγορία, που θα προσελκύσει νέους πελάτες και ενθουσιώδεις φίλους της MINI. Πιστεύω ακράδαντα ότι αυτή η ολοκληρωμένη επανατοποθέτηση θα μας επιτρέψει να συνεχίσουμε τη μοναδική, επιτυχημένη ιστορία της μάρκας MINI».

Ρεκόρ πωλήσεων και βιώσιμη ανάπτυξη.

Μετά από ένα δυνατό ξεκίνημα της χρονιάς με διψήφια αύξηση, η MINI πούλησε περίπου 163.000 οχήματα το πρώτο μισό του 2015. «Οδεύουμε προς τον καλύτερο Ιούνιο στην ιστορία της MINI, που σημαίνει ότι οι πωλήσεις μας θα αυξηθούν πάνω από 20%», εξήγησε ο Schwarzenbauer. «Θα συνεχίσουμε την αναπτυξιακή πορεία και στο δεύτερο εξάμηνο της χρονιάς και αισιοδοξώ ότι η MINI θα πετύχει νέα ρεκόρ πωλήσεων το 2015».

Μετά το επαναλανσάρισμα της MINI του BMW Group το 2001, οι πωλήσεις πενταπλασιάστηκαν τον πρώτο χρόνο. Σήμερα, οι ετήσιες πωλήσεις MINI είναι σχεδόν 12

φορές υψηλότερες. Η MINI ήταν η πρώτη μάρκα στην ιστορία του αυτοκινήτου που έθεσε premium πρότυπα για τη μικρή κατηγορία. Τώρα, με την τοποθέτηση του MINI Clubman σε μία υψηλότερη κατηγορία, η MINI ανεβάζει για μία ακόμα φορά τον πήχη στους τομείς κορυφαίας σχεδίασης και ανώτερης προϊόντικής ουσίας, κατακτώντας νέους πελάτες.

Το MINI εισέρχεται στην premium compact κατηγορία και εκμεταλλεύεται συνέργειες.

Με την είσοδό του σε μία ανώτερη κατηγορία, το νέο και πιο ευρύχωρο MINI Clubman απευθύνεται σε πελάτες που εκτιμούν την εξαιρετική σχεδίαση και διασκεδαστική οδήγηση σε συνδυασμό με την καθημερινή χρηστικότητα και καταλληλότητα για μακρινά ταξίδια, ευελιξία και άνεση. Η επέκταση της προϊόντικής γκάμας της compact κατηγορίας συμπίπτει με το λανσάρισμα μιας κοινής αρχιτεκτονικής FWD που θα χρησιμοποιείται σε διαφορετικά μοντέλα και μάρκες.

Το νέο MINI Clubman εισέρχεται σε ένα τμήμα της αγοράς που υπόσχεται την ισχυρότερη ανάπτυξη στο μέλλον. Έρευνες αγοράς προβλέπουν ετήσια αύξηση 4% για την premium compact κατηγορία, που θα αναλογεί σε πάνω από 27% της συνολικής παγκόσμιας αγοράς premium επιβατικών αυτοκινήτων μέχρι το 2020. Η MINI θα συμμετέχει σε αυτή την αύξηση. Όλο και περισσότεροι πελάτες MINI επιλέγουν ανώτερα επίπεδα εξοπλισμού. Η εταιρία προσδοκά το ποσοστό των спор εκδόσεων Cooper S να αποτελέσει το ένα τρίτο των πωλήσεων μεσοπρόθεσμα, ανάλογα με τη σειρά του μοντέλου. Το μερίδιο των μοντέλων υπερυψηλών επιδόσεων John Cooper Works πρόκειται να διπλασιαστεί σχεδόν στο πέντε τοις εκατό της γκάμας MINI.

Λύσεις Car-sharing για ιδιωτικά οχήματα.

Ένα ακόμα ορόσημο στην καινοτόμο επέλαση MINI θα είναι μία λύση car-sharing για οχήματα ιδιωτικής χρήσης. Η τάση της κοινωνίας προς μία 'οικονομία κοινοχρησίας' τροφοδοτεί την επιτυχία της φιλοσοφίας DriveNow, που ωφελείται σε μεγάλο βαθμό στην αστική απήχηση της μάρκας MINI. Ο Peter Schwarzenbauer εξήγησε το σκεπτικό πίσω από την προσφερόμενη υπηρεσία MINI: «Η κοινωνία και η βιομηχανία αυτοκινήτου υφίστανται ριζικές αλλαγές. Οι πελάτες MINI είναι από τα πιο προοδευτικά, 'ανοιχτόμυαλα' target groups. Επομένως, έχει λογική να προσφέρουμε μία λύση car-sharing για τη MINI από το 2016».

Ένα νέο προαιρετικό πακέτο θα επιτρέψει στους πελάτες MINI να μοιράζονται το MINI τους με άλλους. Οι κάτοχοι MINI μπορούν να διαθέτουν το όχημά τους στο DriveNow όταν δεν το χρησιμοποιούν. Αυτό ακούγεται ελκυστικό και για τους εταιρικούς πελάτες (fleet), αφού τους προσφέρει τη δυνατότητα βέλτιστης χρήσης των εταιρικών οχημάτων. Αυτή η λύση αρχικά θα διατίθεται στις ΗΠΑ το 2016 και αργότερα σε πόλεις DriveNow. Προχωρώντας ακόμα περισσότερο, η MINI θα επιτρέπει μία νέα μορφή δανεισμού οχήματος ("peer-to-peer car sharing") για συγκεκριμένο οικογενειακό και φιλικό κύκλο.

Η MINI επαναπροσδιορίζεται – νέα εταιρική σχεδίαση.

Η MINI είναι μία μάρκα που αποτυπώνει και προάγει το πνεύμα της εποχής. Το DNA της μάρκας περιλαμβάνει το στοιχείο της συνεχούς εξέλιξης. Έφτασε τώρα η στιγμή για μία τέτοια αναθεώρηση καθώς η MINI δημιουργεί μία νέα οπτική ταυτότητα. Στην καρδιά της αισθητικής MINI βρίσκεται η μοναδική εμπειρία μάρκας και προϊόντος που ήταν ανέκαθεν σύμβολο της μάρκας. Η αρχική ιδέα που διέπει το σχεδιασμό ενός MINI συνοψίζεται στη δημιουργία ενός πολύ αποδοτικού οχήματος επικεντρωμένου στα 'βασικά' αλλά και ευέλικτου ώστε να προσφέρει μία μοναδική οδηγική εμπειρία. Αυτός ο συνδυασμός καθαρής, συναισθηματικής σχεδίασης με έμφαση στα απαραίτητα θα διαμορφώσει τώρα τη νέα εμφάνιση της μάρκας. Ένα διδιάστατο λογότυπο και η νέα γραφιστική σχεδίαση αναδεικνύουν την αισθητική σαφήνεια και αυθεντικότητα ώστε η μάρκα να συνεχίζει να εκφράζει το πνεύμα της εποχής μας.

-Τέλος Δελτίου Τύπου-

Το BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI και Rolls-Royce. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 30 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2014, το BMW Group πούλησε 2.118.000 αυτοκίνητα και 123.000 μοτοσικλές παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το 2014 ήταν 8.71 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 80.40 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2014, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 116.324 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊόντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

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 Hellas

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Corporate Communications

Τηλέφωνο: +30 2109118151

Fax: +30 210 9118007

e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr