



Comunicato Stampa N. M036/09

San Donato Milanese, 26 agosto 2009

## **MINI festeggia il suo 50° compleanno il 26 agosto**

Monaco. Il 26 agosto 2009 il marchio MINI compie 50 anni. Cinquant'anni fa la British Motor Corporation (BMC) presentò per la prima volta una nuova e rivoluzionaria piccola vettura. I primi depliant di vendita presentavano la Mini-Minor della Morris come la "straordinaria promessa per il futuro". Cinquant'anni dopo sappiamo che pochi concetti di veicolo sono sopravvissuti così a lungo o hanno raggiunto una così larga popolarità. Nessun altro veicolo ha mai generato un così largo numero di varianti come la Mini. La première della MINI E dello scorso anno è stata l'ultimo culmine in ordine di tempo della lunga storia della MINI, mantenendo le sue promesse per il futuro in un modo che nessun altro avrebbe potuto prevedere 50 anni fa. La riduzione del consumo carburante divenne un'importante missione per i progettisti di auto anche 50 anni fa.

Nel 1956 la crisi di Suez e il razionamento del petrolio furono gli aspetti principali che l'industria automobilistica doveva affrontare. La direzione della BMC diede al designer Alec Issigonis le seguenti specifiche: la Mini deve usare in modo creativo gli spazi limitati a disposizione; accogliere 4 passeggeri e garantire un handling perfetto e un basso consumo di carburante. Nel 1962, a soli 3 anni dal lancio sul mercato, la produzione di Mini eccedeva già i 200.000 veicoli all'anno. Una volta che i personaggi ricchi e famosi (Peter Seller, The Beatles, Brigitte Bardot, Clint Eastwood, Lord Snowdon, Twiggy, ecc.) adottarono la Mini come auto preferita in città, quest'ultima divenne il simbolo di un'intera generazione.

Nei quarant'anni successivi la Mini divenne un'icona, un marchio con una tradizione unica, un fascino irresistibile a qualsiasi età.

### **Rilancio del marchio**

A seguito dell'acquisizione di Rover nel marzo 1994, il BMW Group decise di far rivivere la tradizione del marchio MINI e continuare a scrivere la storia della Mini: la nuova MINI doveva creare un marchio premium con un carisma incontrastato e qualità di prodotto eccellenti nel segmento delle compatte, rispettando la sua storia ma nel contempo incontrare le esigenze dei nuovi clienti. Il marchio venne rilanciato con successo grazie al posizionamento come marchio premium globale e una chiara attenzione sul suo nuovo target di riferimento. Il rilancio si basò sull'eccellente qualità di prodotto abbinata ad un design moderno che la posizionò subito come nuova icona. La comunicazione diede al marchio un'immagine concreta a livello globale, o per essere più precisi, un particolare MINI feeling: MINI non solo come vettura del segmento A o B, ma come espressione di uno stile di vita estroverso e spontaneo con un entusiasmo nei confronti del vero cuore del marchio MINI.

### **MINI come pilastro del BMW Group**

Dall'acquisizione del marchio da parte del BMW Group, MINI è diventata un elemento importante all'interno della gamma prodotti del gruppo. Le vendite di MINI sono aumentate di anno in anno dal 2002, con oltre 232.000 vetture vendute nel 2008. Gli Stati Uniti si sono qualificati come il maggior mercato per MINI durante l'ultimo anno. Ad oggi quasi un milione e mezzo di vetture sono state vendute a livello mondiale da quando è stata lanciata "la nuova MINI" nel 2001. La sua caratteristica combinazione di guida divertente, uno stile individualista e qualità premium ha portato ad una crescita delle vendite in tutti i continenti negli ultimi anni. Questa piccola compatta dallo stile unico ed inconfondibile è venduta in 80 paesi, tra cui nel 2009 il nuovo mercato brasiliano. Il marchio MINI ha raggiunto la sua maturità ed è diventato un importante pilastro del BMW Group in tutti i mercati internazionali.

Società  
BMW Italia S.p.A.

Società del  
BMW Group

Sede  
Via della Unione  
Europea,1  
I-20097 San Donato  
Milanese (MI)

Telefono  
02-51610111

Telefax  
02-51610222

Internet  
[www.bmw.it](http://www.bmw.it)  
[www.mini.it](http://www.mini.it)

Capitale sociale  
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.  
MI 1403223

N. Reg. Impr.  
MI 187982/1998

Codice fiscale  
01934110154

Partita IVA  
IT 12532500159

# **MINI**

## **Comunicazione e P.R.**

Come il resto dell'industria automobilistica, quest'anno MINI non ha potuto sfuggire gli effetti della crisi economica globale. Tuttavia, a luglio 2009, con consegne a +0,3%, le vendite di vetture MINI erano già leggermente più alte rispetto al luglio dell'anno precedente con 19.281 vetture. In particolare la nuova MINI Cabrio, disponibile da fine marzo, ha dato una forte spinta alle vendite. In Germania il marchio ha fatto registrare il miglior mese di luglio in assoluto (3.207/+16,1%). Nei mercati internazionali sono state vendute 120.813 vetture MINI dall'inizio dell'anno fino a fine luglio.

### **Triangolo di produzione**

Dal 2001 il BMW Group ha investito oltre 380 milioni di sterline nello stabilimento di Oxford, così come altri 100 milioni di sterline nei siti collegati di Hams Hall e Swindon, che insieme formano il triangolo di produzione MINI. Lo stabilimento MINI di Oxford attualmente produce congiuntamente i modelli MINI, MINI Clubman e MINI Cabrio. Esso produce anche i modelli estremamente sportivi MINI John Cooper Works, MINI John Cooper Works Clubman e MINI John Cooper Works Cabrio. Circa 1,24 milioni su 1,5 milioni di veicoli MINI prodotti finora a Oxford sono basati sul tradizionale design della versione a due porte con il tetto rigido. Lo stabilimento di Oxford ha prodotto anche 179.000 MINI Cabrio e 79.000 MINI Clubman. Se aggiungiamo queste cifre alle vendite della Mini classica, il marchio può affermare di aver venduto 6,8 milioni di vetture a livello globale.

### **Outlook**

Le versioni speciali per il compleanno, la MINI 50 Camden e la MINI 50 Mayfair, faranno il loro debutto mondiale presso l'IAA 2009, dove ci saranno ulteriori sorprese ad attendere i visitatori. Per dare risalto al suo cinquantesimo compleanno, la presenza di MINI si concentrerà sui 50 anni di storia e successo del marchio. I visitatori saranno accolti da una gigantesca "What a Birthday. It's MINI". Con le sue versioni di MINI, MINI Clubman e MINI Cabrio, il potenziale del marchio è lontano dall'essere esaurito. L'impresa di esplorare altri segmenti di mercato è un'invitante prospettiva per i suoi designer. Il MINI Crossover Concept sembra essere da un lato un esempio tipico della filosofia di design MINI, dall'altro una nuova versione che potrà portare il marchio in una dimensione completamente nuova. Il lancio di mercato della MINI Crossover è previsto per il 2010.

Per ulteriori informazioni contattare:

Maria Conti  
MINI Comunicazione e P.R.  
Telefono: 02.51610.710 Fax: 02.51610.416  
E-mail: [Maria.Conti@bmw.it](mailto:Maria.Conti@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)