

Comunicato stampa N. M036/10

San Donato Milanese, 4 novembre 2010

MINI domina il mercato con l'arrivo di MINI Countryman e una gamma completamente rinnovata

1.563 MINI Countryman immatricolate dal lancio in meno di un mese e mezzo – Nuovi Clienti MINI fanno di MINI Countryman il modello più venduto della gamma ad ottobre 2010

Il recente debutto della nuova MINI Countryman ed il concomitante rinnovo completo della gamma MINI – Hatchback, Clubman e Cabrio – hanno già prodotto gli effetti commerciali sperati ed anzi hanno superato le più rosee aspettative. Con 2.070 immatricolazioni, le vendite MINI nel mese di ottobre hanno fatto segnare una crescita del +90% rispetto allo stesso mese del 2009, un segno di ripresa che si sta consolidando mese dopo mese e che dovrebbe riportare le vendite annuali di MINI sugli stessi livelli dello scorso anno. Un contributo determinante a questo importante risultato è giunto dalla nuova MINI Countryman che ha pesato ad ottobre per quasi la metà delle vendite totali di MINI con 954 immatricolazioni.

Fin dal lancio, lo scorso 18 settembre, la nuova MINI a quattro porte ha riscosso il consenso del pubblico italiano, sia maschile che femminile (60/40%), con 1.563 immatricolazioni in poco più di 40 giorni. Un successo che supera le migliori previsioni, tanto che il portafoglio ordini è pari al doppio delle consegne effettuate. I tempi d'attesa si sono dilatati attorno ai 3 mesi, ma la salita produttiva nello stabilimento austriaco Magna Steyr di Graz, in Austria, consentirà a breve di far fronte all'inaspettata richiesta del nuovo modello.

Il principale vantaggio competitivo della MINI Countryman scaturisce dal fatto che i clienti che l'hanno scelta finora sono entrati nel mondo MINI proprio grazie a questo modello dalle dimensioni più generose, costituendo di fatto un plus per il marchio del BMW Group.

La versione bestseller della gamma MINI Countryman è la Cooper D (50% degli ordini) sia nella variante a due che a quattro ruote motrici (ALL4). Segue la MINI Countryman Cooper S con quasi il 30% e la MINI Countryman Cooper con il 14%. Il modello base MINI Countryman One, benzina e diesel, rappresenta la quota residuale. A livello di alimentazione, i clienti di MINI Countryman stanno dimostrando di preferire, seppur di giustezza, il diesel con il 55% degli ordini raccolti, contro il 45% del benzina.

Nonostante sia una vettura concepita per un uso prevalentemente stradale, le versioni ALL4 rappresentano circa il 45% degli ordini. In quest'ambito risulta evidente l'esperienza del BMW Group in materia di trazione integrale grazie ad un impegno maturato in un quarto di secolo. Praticamente tutti i clienti MINI Countryman Cooper S preferiscono le quattro ruote motrici.

La vettura si conferma una perfetta piattaforma di partenza per la personalizzazione offerta dai pacchetti. L'allestimento medio di MINI Countryman One prevede la presenza di due pacchetti ICECREAM (nella maggioranza dei casi

MINI

Comunicazione e P.R.

Fashion e Function). Il top di gamma (MINI Countryman Cooper e MINI Countryman Cooper S) sceglie spesso almeno 3 pacchetti, con diversi clienti che decidono di avere tutti e quattro i pacchetti disponibili sulla loro MINI Countryman Cooper S, rendendo – di fatto – la propria MINI Countryman full optional. Da sottolineare le performance del pacchetto Visibility (che comprende, tra le altre cose, fari allo Xeno e PDC) che è presente su un terzo dell'intera gamma, così come la penetrazione del cambio automatico scelto dal 70% dei clienti di MINI Countryman Cooper S e del navigatore (oltre il 50%).

Le innumerevoli possibilità di personalizzazione della nuova MINI Countryman consentono inoltre di creare dei veri e propri pezzi unici. Su alcune caratteristiche però la clientela è chiaramente schierata: la metà dei clienti, ad esempio, sceglie di colorare di nero il tetto della propria MINI Countryman, il 25% lo sceglie bianco mentre il restante 25% lo preferisce in tinta con la carrozzeria. Un cliente su quattro sceglie il tetto apribile e la stragrande maggioranza (88%) predilige la variante a 5 posti.

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

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

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 24 stabilimenti di produzione dislocati in 13 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2009 un volume di vendita di oltre 1,29 milioni di automobili e 87.000 motociclette. Il fatturato dello scorso anno è stato di 50,68 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2009 era di circa 96.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.