



Comunicato Stampa N. M002/13

San Donato Milanese, 13 gennaio 2013

Un anniversario da record: MINI continua la sua storia di successo negli Stati Uniti

La “terra delle opportunità” si conferma il mercato più importante per il marchio britannico premium.

A dieci anni dal lancio di MINI, è stato raggiunto un altro record con 66.123 auto vendute

La scorsa estate si sono festeggiati “10 Anni di MINI negli Stati Uniti”. Ancora una volta, alla fine dell’anno sono arrivate le congratulazioni: il marchio britannico premium ha stabilito un nuovo record di vendite negli Stati Uniti, consegnando 66.123 modelli MINI nel corso del 2012. Un salto del 15 per cento rispetto all’anno precedente. Con queste cifre, la “terra delle opportunità” ha dato un contributo importante al nuovo record di vendite globali MINI che ha raggiunto quota 301.526 unità. Ma ancora una volta, gli Stati Uniti si sono contraddistinti come il primo mercato mondiale di veicoli compatti e di piccole dimensioni con il marchio MINI.

Negli Stati Uniti, MINI gode di una clamorosa popolarità, in particolare sulla West Coast. L’anno scorso l’area commerciale della West Coast, che comprende gli stati della California e del Nevada, ha immatricolato 21.505 MINI. In California, che rappresenta circa un quarto di tutte le vendite MINI degli Stati Uniti, la quota di mercato è proporzionalmente elevata. Si sono raggiunti risultati al top nel mercato esclusivo di Los Angeles, dove MINI ha conquistato una quota del 9 per cento all’interno di un contesto estremamente competitivo. Segue nella classifica l’area di San Francisco con una quota di mercato pari all’8,2 per cento. Ad oggi, negli Stati Uniti, la quota di mercato di MINI ha una percentuale intorno al 6,7.

Il merito per il tasso di crescita delle vendite globali MINI va attribuito anche alla continua espansione della gamma di modelli. Con 102.250 unità vendute - circa un terzo delle vendite totali - la MINI Countryman ha svolto un ruolo fondamentale nel raggiungere i risultati da record del 2012. Negli Stati Uniti, il contributo della MINI Countryman al successo globale del marchio è altrettanto notevole: nel 2012, 21.012 veicoli della gamma MINI Countryman sono stati acquistati da clienti statunitensi. Questo andamento riflette un trend nelle preferenze che si indirizza sempre più nella scelta di motori potenti e del sistema a trazione integrale ALL4. La MINI Countryman Cooper S ALL4 è risultata la versione più popolare, con un volume di vendite di 8.223 unità, seguita dalla MINI Countryman Cooper S, con 7.479 unità.

Dunque, anche nel 2012, l’ingresso del marchio MINI in un nuovo segmento si è dimostrato un grande successo, sia negli Stati Uniti che nel resto del mondo. Eppure, la favorita negli indici di popolarità del marchio è ancora una volta la MINI Hatch. Anche questa versione classica della carrozzeria è in cima alla classifica negli Stati Uniti, con vendite pari a 29.278 unità. Dopo la seconda classificata, la MINI Countryman, seguono la MINI Clubman (5.769 unità) e la MINI Cabrio (4.813). Per quanto riguarda la MINI Cabrio,

MINI

Comunicazione e P.R.

vale la pena sottolineare che la quattro posti con tetto apribile è molto popolare soprattutto nella soleggiata West Coast e che l'anno scorso quasi il 60% degli ordini è stato conquistato dalla MINI Cabrio Cooper S ad alte prestazioni.

Anche le due new-entry della gamma di modelli - la MINI Coupé e la MINI Roadster - hanno avuto un esordio entusiasmante. Nel suo primo anno di vendita, la MINI Coupé ha registrato 2.880 consegne, mentre nei primi mesi di vita negli Stati Uniti, la MINI Roadster ha già venduto 2.371 unità che si aggiungono agli ottimi risultati di vendita del marchio. Inoltre, entrambe le biposto si sono immediatamente imposte negli Stati Uniti come sinonimo di uno straordinario divertimento di guida e di un go-kart feeling davvero unico, come confermato dalla forte domanda per i modelli estremamente sportivi rappresentati dalla MINI Coupé John Cooper Works e dalla MINI Roadster John Cooper Works. La loro quota di mercato all'interno della gamma è nettamente superiore a quella di qualsiasi altra MINI.

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, Husqvarna Motorcycles 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 29 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2012 volumi di vendita di 1,85 milioni di automobili e oltre 117.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 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 sette anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>