



Comunicato Stampa N. M040/13

San Donato Milanese, 6 giugno 2013

Forever young: la Mini classica fa gli auguri di compleanno alla Porsche 911 per i suoi 50 anni

Icone di design tra di loro: l'originale automobile compatta britannica e la leggenda di vettura sportiva tedesca hanno in comune la ricetta del loro successo: l'importante è non diventare adulte

Monaco. Nel settembre del 2013 celebra il proprio 50° compleanno l'automobile sportiva tedesca per eccellenza. A farle gli auguri è anche MINI. Infatti, la storia della Mini classica è anche quella di un'opera d'arte che non vuole diventare adulta.

Anche se a prima vista le differenze appaiono enormi (posizione dei motori: anteriore nella Mini, posteriore nella 911), oltre allo status di oggetto di culto vi sono numerosi altri punti in comune che Mini desidera onorare attraverso i propri auguri.

La loro storia ha in comune che entrambi i modelli sono diventati famosi in tempi record. La Mini era un newcomer con volumi di vendita che schizzarono immediatamente in alto, mentre la 911, nella sua qualità di successore della Porsche 356, aveva la velocità depositata già nella culla.

Solo pochissimi concetti automobilistici hanno sopravvissuto un periodo di tempo così lungo, restando inconfondibili nonostante le numerose modifiche apportate nel corso degli anni.

Quando si fanno gli auguri di un compleanno speciale, di norma si comincia con le origini. Anche se Mini e Porsche 911 sono comunque incomparabili, vi sono alcuni elementi comuni che saltano immediatamente all'occhio. Per esempio, le difficoltà iniziali a trovare un nome adatto. Nel 1963, la Porsche 911 venne presentata inizialmente come Porsche 901. Ma lo zero al centro del nome di un tipo automobilistico era protetto dalla Peugeot. La conseguenza: la leggendaria vettura sportiva venne lanciata sul mercato solo un anno dopo come Porsche 911. Il fatto che venne inserito proprio il numero 1 non fu sicuramente un caso. Nella categoria di appartenenza, ancora oggi la 911 è la Porsche per eccellenza. La Porsche 911, che ha raggiunto già la settima generazione, è stata venduta per oltre 800.000 unità, un valore record in questo segmento.

La Mini invece è stata quasi un parto gemellare. Il 26 agosto 1959 la British Motor Corporation (BMC) svelò il risultato dei propri lavori di sviluppo aventi come oggetto una nuova e rivoluzionaria vettura compatta. Al pubblico vennero presentati due modelli: la Morris Mini-Minor e la Austin Seven. Quale nome si è imposto è ormai noto. Un confronto dei volumi di vendita: nel 2000, al termine della produzione

MINI

Comunicazione e P.R.

della Mini classica, la vettura britannica più venduta era stata prodotta in 5,3 milioni di esemplari.

Ma che cosa sarebbero i modelli di successo senza i loro padri? Né Sir Alec Issigonis né Ferdinand Alexander Porsche immaginavano che con i loro progetti avrebbero creato delle icone immortali dell'era moderna. Solo dei profeti avrebbero potuto prevedere che Ferdinand Alexander Porsche aveva ideato la vettura sportiva di maggiore successo di tutti i tempi ed Alec Issigonis "l'unica vettura compatta del mondo dalla personalità veramente cool".

Ma vi sono altri elementi comuni: fermarsi è tabù. Infatti, lo sviluppo e il perfezionamento del progetto sono un "must" per restare al vertice per decenni. Presentarsi sempre più moderni e al contempo più affascinanti di tutte le concorrenti: questo è il principio valido per entrambe le vetture. Ma non ogni modifica venne accolta con entusiasmo, per esempio nella Porsche il passaggio dal raffreddamento ad aria a quello ad acqua oppure nella MINI, già sotto il patrocinio BMW, il considerevole aumento del comfort e del lusso. Indubbiamente, attualmente entrambi i modelli eternamente giovani sono in perfetta forma e si presentano bene come in passato – grazie al loro ottimo DNA. Entrambe le aziende hanno dimostrato di essere aperte alla concezione di modelli nuovi, così da formare una vera e propria gamma, ed entrambe hanno avuto successo.

Analogamente alla Countryman e alla Paceman, anche il Panamera e il Cayenne hanno lasciato dietro di sé dei presunti confini e limiti.

Quello che non è cambiato è il senso regale del piacere di guida offerto dalle auto di entrambi i marchi. Nel 1960, Lord Snowdon, allora consorte della principessa Margaret, approfittò della sua influenza per offrire al suo amico Issigonis un'occasione per dimostrare la bontà della piccola vettura alla Regina Elisabetta, che, accomodandosi accanto ad Issigonis, permise al creatore della Mini di portarla in giro nel parco del Castello di Windsor. A proposito della regina, ossia la "Queen", anche Porsche può vantare un legame, sebbene riguardi soltanto un famoso cognome piuttosto che la persona della regina britannica: infatti, la 911 grigio ardesia guidata da Steve McQueen nel film "Le Mans" – e successivamente di proprietà della stessa star hollywoodiana – si è meritata un posto nel paradiso automobilistico.

Sia per Porsche che per Mini il motorsport è un capitolo importante. Nelle sue versioni da corsa la 911 è la racing car di maggiore successo finora mai costruita. Essa ha vinto praticamente qualsiasi gara famosa. Ma chi ricorda gli anni Sessanta, pensa immediatamente anche alla Mini Cooper S. Infatti, la vettura prediletta dell'avanguardia di allora non era una presenza eccezionale solo sulla strada. Grazie alla vittoria nella propria classe con il pilota finlandese Rauno Aaltonen al Rally Monte Carlo del 1963, essa diede il via a una serie di successi senza pari nello sport automobilistico che culminò in tre vittorie finali al Rally Monte Carlo negli anni 1964, 1965 e 1967.

Decenni dopo ebbe luogo un „vero“ confronto tra Davide e Golia. Nel 2010, Jim McDowell, all'epoca responsabile MINI negli USA, propose alla Porsche una gara sul circuito americano „Road Atlanta“. Una MINI Cooper S da 184 CV avrebbe affrontato una Porsche 911 Carrera da 345 CV. L'unica condizione era, altrimenti la

MINI

Comunicazione e P.R.

gara sarebbe stata assurda, di competere non sul circuito vero e proprio ma nella piccola area dell'infield del circuito. Il percorso segnato era estremamente curvo e senza lunghi rettilinei, così che l'artista delle curve avrebbe avuto una piccola chance. Alla fine la 911 aveva circa due secondi di vantaggio rispetto alla coraggiosa outsider, ma delle persone astute calcolarono che al guidatore della Porsche ogni secondo di vantaggio costava dal concessionario circa 38.000 dollari USA, così che il dolore dei fan MINI alla fine di questa scommessa - che comunque non andava presa troppo sul serio - era abbastanza contenuto.

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 è tra i produttori di automobili e motocicli di maggior successo al mondo, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 28 stabilimenti di produzione e montaggio in 13 paesi e ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2012, il BMW Group ha venduto quasi 1,85 milioni di automobili e oltre 117.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2011 è stato di 7,38 miliardi di Euro con ricavi pari a 68,82 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2011, il BMW Group contava circa 100.000 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse. Il risultato di questi sforzi è che negli ultimi otto anni il BMW Group figura come leader di settore negli indici di sostenibilità Dow Jones.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>