



Comunicato stampa n. 008/18

San Donato Milanese, 6 aprile 2018

Dal 9 al 15 aprile, debutta sul mercato italiano la nuova MINI con la formula Open Week

In tutte le concessionarie ufficiali un'intera settimana per scoprire la nuova MINI.

Oltre 5 milioni di MINI vendute a livello mondiale da quando è stata lanciata nel 2001.

In Italia oltre 330 mila MINI consegnate dal lancio nel 2001.

San Donato Milanese. Presentata al Salone di Detroit, lo scorso gennaio 2018, la nuova MINI è un'auto totalmente nuova, ma per "la MINI" questa non è una novità. La MINI è sempre stata nuova. Sin dal suo esordio, ha definito un nuovo concetto di auto, si è evoluta e migliorata nel tempo, rimanendo sempre fedele al suo DNA.

Tante le novità di prodotto e gli aggiornamenti: nuovi upgrade di design, novità per le motorizzazioni e nuovi cambi automatici, ulteriori opzioni di personalizzazione ed un ampliamento dei servizi digitali disponibili nell'ambito dell'offerta denominata MINI Connected.

Poiché una sola giornata non basta per scoprire tutte le novità, con la formula **Open Week**, MINI offre la possibilità a clienti e appassionati di avere a disposizione un'intera settimana, dal **9 al 15 aprile presso tutta la rete di concessionari ufficiali**, per scoprire la nuova MINI e innamorarsene subito!

La MINI: un fenomeno di successo dal 2001 ad oggi

Con il suo inconfondibile design ed il puro divertimento di guida, il primo esempio della Mini Classic innescò una rivoluzione nel mercato automobilistico con la sua apparizione nel 1959. Poi nel 2001, la nuova MINI rivede la luce grazie al BMW Group, fermamente deciso a portare la classe premium compatta nel nuovo millennio. Il rilancio si basò sull'eccellente qualità di prodotto abbinata ad un design moderno che la posizionò subito come nuova icona. E nel 2004 era già tornata a essere dopo tanti anni un fenomeno di successo, accolta da entusiasmo e affetto dai suoi sostenitori e appassionati.

Da sempre MINI non è solo una semplice vettura, ma è espressione di uno stile di vita estroverso e spontaneo, fedele nei confronti del cuore britannico.

Nel 2018, con il lancio della nuova MINI, il Brand vuole stabilire ancora una volta nuovi standard nel segmento delle compatte premium e riconfermare il suo essere icona e sempre al passo con i tempi.

Dall'acquisizione del marchio da parte del BMW Group nel 2001, MINI è diventata un elemento fondamentale all'interno della gamma prodotti del Gruppo.

Il suo caratteristico handling di guida sportivo e divertente, lo stile individualista e la qualità premium hanno portato il Marchio a una crescita costante delle vendite.

Dal 2001, anno di rilancio del brand MINI, ad oggi sono state oltre **5 milioni** le MINI vendute a livello mondiale, di cui 3,7 milioni MINI Hatch e Cabrio.

Nel 2017, MINI ha raggiunto il suo **terzo anno record consecutivo** per volume di vendite.

Il lancio sul mercato della nuova MINI Countryman, nel primo trimestre del 2017, ha sicuramente contribuito al raggiungimento di questo traguardo. La seconda generazione di MINI Countryman è stata anche il primo modello venduto, a partire dall'estate 2017, anche in versione ibrida plug-in.

Lo scorso anno, le MINI consegnate nel mondo sono state **oltre 370 mila**, con una crescita del 3,2%, di cui 220 mila uscite dallo stabilimento di Oxford, dove nello specifico sono prodotte MINI Hatch e MINI Clubman.

Sempre nel 2017, best seller del marchio a livello globale si conferma **MINI Hatch** (3 e 5 porte) con quasi **195 mila vetture consegnate**, pesando il **52,2%** sui volumi di vendita dei modelli del

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS

Brand. Importante anche il contributo e il successo della nuova MINI Countryman, con quasi 85 mila vetture consegnate (+24.3% rispetto al 2016).

In Italia, dal 2001 ad oggi, sono state **oltre 330 mila** le MINI vendute sul territorio italiano, di cui oltre **220 mila** MINI Hatch e Cabrio.

Il **mercato italiano** si posiziona al **4° posto nel ranking delle vendite globali** dopo Gran Bretagna, USA e Germania.

Il **2017 in Italia** è stato **l'anno record assoluto** di vendite per MINI, con **24.720 unità** e un incremento del 1,7%. Nel nostro Paese, la **MINI Hatch** si è confermata **best seller** del marchio con **11.729** vetture consegnate. Importante anche qui il contributo di nuova MINI Countryman, con 8.493 unità vendute.

Chiara Nucita

PR & Communication MINI

Telefono: 02.51610.276

Fax: 02.51610.0276

E-mail: chiara.nucita@bmw.it

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

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2017, il BMW Group ha venduto oltre 2.463.500 automobili e più di 164.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2016 è stato di circa 9,67 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 94,16 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2016, il BMW Group contava 124.729 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su 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.

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>