

Comunicato stampa

28 ottobre 2020

La mobilità elettrica e il futuro della gamma MINI

Rafforzamento dei valori fondamentali del marchio MINI:
sostenibilità ed efficienza;

Possibilità per il cliente di scegliere tra una varietà di
modelli e motorizzazioni;

Continua l'offensiva di prodotto nei segmenti compact e
crossover premium;

Sviluppo del mercato cinese grazie all'avvio della
produzione locale dal 2023.

Monaco di Baviera. Il costruttore inglese di vetture premium MINI sta ridefinendo la propria gamma con un chiaro focus sulle nuove tecnologie delle motorizzazioni, sull'offerta nei vari segmenti dei veicoli e sui servizi futuri.

Al centro di questa ridefinizione c'è lo sviluppo della mobilità elettrica, un maggior impegno nei segmenti compact e crossover premium e il rafforzamento della presenza nel mercato cinese. "MINI ha sempre fornito la risposta a sfide molto speciali in relazione alla mobilità individuale. E ancora oggi la volontà di reinventare lo status quo continua a caratterizzare il nostro marchio", commenta Bernd Korber, Head of MINI. "Oltre alla mobilità elettrica, sarà cruciale per il futuro del marchio la possibilità di raggiungere nuovi clienti e nuovi mercati".

Sono passati ormai 20 anni dalla presentazione della seconda generazione di MINI, dopo il rilancio dello storico marchio inglese. Da allora, nello stabilimento MINI di Oxford, sono stati prodotti circa quattro milioni di veicoli, distribuiti in più di 100 paesi in tutto il mondo. Durante questo ventennio, sono state le esigenze e i desideri del cliente ad aver guidato lo sviluppo della gamma MINI.

Nel 2015, la Nuova MINI Clubman guidò con successo l'ingresso nel segmento delle compatte premium, e due anni dopo, tale transizione venne portata avanti dalla Nuova MINI Countryman. Circa il 40% di tutti i veicoli MINI venduti nel mondo appartengono a questo segmento. La gamma MINI, tra l'altro, è ora più ampia che mai. Attualmente i modelli sportivi John Cooper Works costituiscono circa il 5% delle vendite totali del marchio MINI, mentre i modelli elettrificati stanno progressivamente guadagnando quote.

Il "Fun to drive", combinato con l'efficienza, è un elemento profondamente radicato nella tradizione del marchio. Il modello classico MINI, presentato 61 anni fa, fu non solo caratterizzato da una rivoluzionaria abitabilità degli interni, ma anche da una guida economica con peculiarità sportive. La seconda generazione, introdotta nel 2000, ha ottimizzato la relazione tra il piacere di guida e l'efficienza, grazie anche all'introduzione dei motori diesel. Nel 2008, MINI fu il precursore della mobilità elettrica all'interno del BMW Group. La MINI E fu prodotta in serie limitata e consentì di raccogliere informazioni cruciali sull'utilizzo di un'auto completamente elettrica nel traffico quotidiano.

Oggi la mobilità a zero emissioni si è fortemente affermata nella gamma MINI. Con la sola MINI Countryman Plug-in Hybrid (consumo carburante: 2.0 – 1.71 l/100km; consumo di elettricità: 14.0 – 13.1 kWh/100 km; emissioni di CO₂: 45 – 40 g/km), i veicoli con la guida elettrificata hanno rappresentato il 5% delle vendite totali del brand nel 2019. A seguito del lancio della MINI Electric (consumo di carburante: 0.0 l/100 km; consumo di elettricità: 16.8 – 14.8 kWh/ 100 km; emissioni di CO₂: 0 g/km), questa percentuale è raddoppiata, e costituisce il 10% di tutte le nuove immatricolazioni del marchio.

I motori a combustione ad alta efficienza e i veicoli elettrificati di MINI facilitano l'approccio "Power of Choice"

In futuro, MINI garantirà ai clienti di tutto il mondo una guida a zero emissioni grazie a una gamma completamente elettrificata. Allo stesso tempo, MINI continuerà a offrire motori a benzina e diesel altamente efficienti, soluzione ideale per quei clienti e mercati i cui bisogni di mobilità non possono essere ancora soddisfatti da veicoli completamente elettrici. "Stiamo portando avanti l'approccio cosiddetto "Power of Choice" perseguito dal BMW Group attraverso una vasta gamma di motori a benzina e diesel, sistemi ibridi plug-in e guida completamente elettrica, per soddisfare le esigenze e le aspirazioni dei nostri clienti in tutto il mondo", ha sottolineato Bernd Korber. "Questo ci consente di creare le condizioni ideali per una futura crescita del marchio sui mercati globali".

In futuro, il portfolio core di tutti i veicoli elettrici includerà la MINI-3 Door Hatch, un nuovo modello crossover nel segmento delle utilitarie e un nuovo crossover compatto. Sarà possibile scegliere tra motori a combustione interna convenzionali sulle utilitarie e sui crossover compatti.

I nuovi modelli MINI nel segmento dei crossover e delle compatte premium.

Per beneficiare ulteriormente della crescita mondiale nel mercato dei crossover, MINI si sta focalizzando sullo sviluppo della gamma prodotti di questo segmento che è specificamente orientato ad accogliere le richieste del cliente.

Alla MINI Countryman, modello di successo, si affiancherà un altro crossover per il segmento più piccolo, dotato esclusivamente di motorizzazione elettrica. In più, la prossima generazione di MINI Countryman sarà disponibile sia con motori a combustione sia elettrici, per andare incontro alle differenti richieste dei clienti in tutto il mondo.

Lo sviluppo della gamma MINI consente di intercettare la crescente richiesta di molti clienti in termini di spazio e versatilità, con l'introduzione di un ulteriore modello nel segmento delle compatte premium. Il principio dell'utilizzo creativo dell'abitabilità interna, che è tipico di ogni MINI, sarà preservato. Indipendentemente dal concept, dal segmento e dall'alimentazione, ogni nuovo modello continuerà ad essere una vera MINI, con il massimo dell'abitabilità interna, una guida coinvolgente e una propria individualità.

“Preservare lo stile unico di MINI è parte della nostra responsabilità nei confronti del marchio e dei nostri clienti”, ha detto Bernd Korber. “Affinché ogni nuovo modello non possa che essere una MINI”.

Maggiore presenza sul mercato cinese.

Il più grande mercato automobilistico al mondo, la Cina, continua a crescere in modo dinamico e diventerà sempre più importante per MINI in futuro. Attualmente, circa il 10% di tutti i nuovi veicoli prodotti sono destinati a clienti cinesi. Per supportare in maniera sostenibile lo sviluppo del mercato e vendere un numero significativo di veicoli in Cina, MINI cambierà presto il suo status da marchio di importazione a produttore locale automotive.

Basati su una nuova architettura, sviluppata da zero per la e-mobility, veicoli elettrici saranno prodotti in Cina a partire dal 2023, in collaborazione con il produttore locale “Great Wall Motor”. Questa joint venture consentirà a MINI di soddisfare la crescente domanda di veicoli a zero emissioni, sia in Cina sia nei mercati globali. La cooperazione con il partner cinese sarà basata su un principio ben definito: la produzione segue il mercato. Grazie ai veicoli prodotti localmente, MINI rifornirà il crescente mercato cinese mantenendo inalterata la produzione negli altri stabilimenti.

Il consumo di carburante, i dati sulle emissioni di CO2 e il consumo di energia sono stati misurati utilizzando i metodi richiesti secondo il Regolamento VO (CE) 2007/715 e successive modifiche. Le cifre sono calcolate utilizzando un veicolo dotato di equipaggiamento di base in Germania, le gamme indicate tengono conto delle differenze nelle dimensioni di ruote e pneumatici selezionate, nonché degli equipaggiamenti opzionali. Possono cambiare durante la configurazione.

Le cifre sono già state calcolate sulla base del nuovo ciclo di prova WLTP e adattate al NEDC a scopo di confronto. In questi veicoli, per la valutazione delle tasse e di altri dazi relativi ai veicoli che sono (anche) basati sulle emissioni di CO2 possono essere richiesti dati diversi da quelli qui pubblicati.

Per maggiori dettagli sui dati ufficiali sui consumi di carburante e sulle emissioni ufficiali specifiche di CO2 delle nuove auto, si rimanda al “Manuale sul consumo di carburante, sulle emissioni di CO2 e sul consumo di energia delle auto nuove”, disponibile presso i punti vendita, di Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen e a <https://www.dat.de/co2/>.



Per ulteriori informazioni:

Cristiana Raffaella Lattuada

PR & Communication Coordinator MINI

E-mail: cristiana.lattuada@bmw.it

Tel: +39-02-51610-710

Media website: <http://www.press.bmwgroup.com> e <http://bmw.lulop.com>

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. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>