

Comunicato stampa
19 gennaio 2023

I modelli MINI elettrificati registrano la più forte crescita delle vendite dal lancio sul mercato.



La crescita dei nuovi mercati nella regione asiatica dimostra il crescente entusiasmo a livello mondiale per il piacere di guidare tipico di MINI. Nella sua patria, il Regno Unito, il marchio premium ha stabilito un nuovo record con oltre 46.000 immatricolazioni. In totale, lo scorso anno MINI ha immatricolato 292.923 nuovi modelli in tutto il mondo.

Monaco. Il boom della domanda di veicoli MINI elettrificati è continuato anche nel 2022. Con un aumento delle vendite del 25,5% rispetto al 2021 e 43.744 unità vendute in tutto il mondo, la MINI Cooper SE completamente elettrica (consumo elettrico combinato: 17,6 - 15,2 kWh/100 km secondo WLTP; emissioni di CO₂ combinate: 0 g/km), un veicolo privo di emissioni locali, è di gran lunga il modello MINI più popolare.

I veicoli puramente elettrici rappresentano già il 15% delle vendite totali a livello mondiale e sono aumentati ancora in Europa con oltre 27.000 unità MINI Electric vendute nel 2022. Ciò significa che la MINI Cooper SE rappresenta già il 22% delle vendite totali. In particolare, Germania, Francia e Regno Unito hanno registrato una forte crescita delle vendite della MINI Electric. La MINI 3 porte completamente elettrica è il modello più venduto in Scandinavia, con il 45% delle vendite totali.

Nel 2022, MINI ha ulteriormente ampliato la sua offerta globale di mobilità premium a zero emissioni con il lancio della MINI Cooper SE completamente elettrica anche in Corea e Taiwan. Inoltre, i modelli MINI completamente

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



elettrici stanno diventando sempre più popolari anche a Hong Kong, dove rappresentano già il 43,3% delle vendite nel 2022. Questi sviluppi testimoniano il continuo e forte interesse della community globale MINI per la mobilità elettrica a zero emissioni.

"Il continuo successo dei modelli MINI a trazione elettrica conferma il percorso del marchio verso un futuro completamente elettrico. Con una chiara attenzione alla sostenibilità ed un'impronta ambientale minima, MINI attira sempre più clienti in tutto il mondo che apprezzano il go-kart feeling elettrificato", ha dichiarato Stefanie Wurst, Head of MINI.

Focus su nuovi mercati e gruppi target di successo.

Lo sviluppo strategico incentrato su nuovi mercati e gruppi target ha garantito una forte crescita nel 2022. Le vendite in Giappone, ad esempio, sono aumentate del 7% rispetto all'anno precedente, con 19.530 unità vendute. La MINI Cabrio ha registrato un forte aumento delle vendite del 38% in Cina, con 1.215 unità vendute. Inoltre, anche i mercati di India, Tailandia, Malesia, Indonesia, Vietnam e Nuova Zelanda sono in crescita, chiudendo il 2022 con le cifre di vendita più alte fino ad oggi.

MINI sta dimostrando tutto il suo BIG LOVE per il pianeta e sta espandendo il suo impegno sociale in tutto il mondo. A Taiwan, ad esempio, i fan di MINI sono stati invitati a partecipare alla pulizia delle spiagge. Durante la campagna, 333 clienti MINI hanno raccolto quasi una tonnellata di rifiuti dalle spiagge. Nel Regno Unito lo scorso anno, MINI, insieme ai suoi concessionari e alla comunità MINI, ha donato oltre 680.000 euro a organizzazioni di beneficenza con lo slogan "We help to spread BIG LOVE".

Il marchio John Cooper Works ha registrato un nuovo record di vendite.

Per le top performer del marchio John Cooper Works, l'anno passato ha portato ancora una volta vendite record. 23.005 modelli venduti in tutto il mondo rappresentano un aumento dell'8,9% rispetto al già forte anno precedente. I tassi di crescita più elevati sono stati registrati nel mercato americano con il 52% e nel mercato cinese con un aumento delle vendite del 42%. Anche i modelli MINI ad alte prestazioni hanno raggiunto cifre di vendita più alte in Germania, Giappone e Corea. La MINI John Cooper Works ha raggiunto la quota più alta di vendite a Taiwan con il 13,6% e in Cina con l'11,5%.

Con un totale di 10.372 unità vendute, la MINI JCW 3 porte rimane il modello più popolare tra le auto sportive di punta. 4.639 nuovi veicoli sono stati venduti grazie alla MINI John Cooper Works Countryman (consumo di carburante combinato: 8,3 - 7,6 l/100 km, emissioni di CO₂ combinate: 188 - 173 g/km secondo WLTP), oltre a 4.220 MINI John Cooper Works Cabrio (consumo di carburante combinato: 7,4 - 7,1 l/100 km, emissioni di CO₂ combinate: 168 - 161 g/km secondo WLTP) e 3.750 MINI John Cooper Works Clubman (consumo di carburante combinato: 7,9 - 7,4 l/100 km, emissioni di CO₂ combinate: 180 - 168 g/km secondo WLTP).

La quota di mercato più alta mai raggiunta da MINI nel Regno Unito.

Con 46.757 unità vendute e una quota di mercato del 2,84%, il Regno Unito rimane il mercato di vendita più importante per MINI nel 2022. Qui, i modelli MINI completamente elettrici hanno mostrato la performance più forte fino ad oggi, con 7.500 nuove registrazioni e una crescita delle vendite dell'11%. La Germania rimane il secondo mercato più importante per MINI con 40.251 unità vendute, seguita dagli Stati Uniti (29.504 unità) e dalla Cina (28.746

MINI CORPORATE COMMUNICATIONS



unità). In Europa, anche i mercati di Austria (+ 7,6%), Italia (+ 1,7%) e Francia (+ 1,0%) hanno registrato una crescita.

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 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 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/bmw-group/>