

Informacja prasowa
październik 2017 r.

Best Global Brands: wartość marki MINI osiągnęła 5 miliardów **MINI pnie się do góry w rankingu TOP 100 Best Global Brands agencji** **Interbrand**

Monachium. Marka MINI jest wyrazem indywidualnego stylu jak żadna inna marka samochodowa i zachwyca klientów na całym świecie. MINI ma w swoich genach ciągłą redefinicję marki poprzez atrakcyjne produkty, innowacje, autentyczność i unikalną komunikację.

Fascynację marką widać też w aktualnym rankingu „Best Global Brands” agencji konsultingowej Interbrand: wartość marki MINI znów wzrosła w tym roku do nowego rekordowego poziomu. Wartość przekraczająca 5 miliardów USD daje tej innowacyjnej marce premium 87. pozycję w rankingu.

Tym samym MINI kontynuuje stały wzrost wartości marki. W roku 2014 marka nie była jeszcze obecna w Top 100, w roku 2015 zajęła już 98. miejsce, a w roku 2016 przeskoczyła o 10 miejsc na pozycję 88. W tym roku po raz kolejny udało się poprawić ten wynik. Mocny wzrost wartości marki odzwierciedla konsekwentną realizację zapowiedzianego w roku 2015 dalszego rozwoju profilu marki. Stylistyka, autentyczność i wewnętrzna wartość kształtują nowy wizerunek marki, co widać również w wizualnej prezencji i nowym tonie komunikacji.

Sebastian Mackensen, Wiceprezes Zarządu MINI: „Autentycznie interesujemy się życiem, zainteresowaniami i pasjami ludzi. Chcemy więcej niż tylko wysyłać komunikaty w świat. Chcemy słuchać i prowadzić autentyczny dialog z młodymi i kreatywnymi ludźmi w miastach, którzy starają się żyć z celem i szukają spełnienia w życiu”.

MINI wykracza przy tym poza sam samochód i odkrywa nowe możliwości wdrażania w życie unikalnych genów MINI. Marka kieruje się przy tym ku młodym, kreatywnym mieszkańcom dużych miast, w których coraz mniej jest atrakcyjnej przestrzeni mieszkalnej i coraz ważniejsze staje się odpowiedzialne korzystanie z zasobów również w kwestii mieszkaniowej. Wizjonerskim pomysłem na stawienie czoła obu wyzwaniom jest na przykład zaprezentowana przez MINI – zgodnie z mottem firmy „kreatywne wykorzystanie przestrzeni” i „minimalny ślad

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
*48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl

ekologiczny” – instalacja „MINI LIVING – Breathe”. We współpracy z nowojorskimi architektami z biura SO - IL MINI tworzy przyszłościową interpretację koegzystencji z poszanowaniem zasobów na minimalnej przestrzeni miejskiej. „MINI LIVING – Breathe” kwestionuje konwencjonalne koncepcje mieszkań i otwiera nowe kreatywne rozwiązania dla przyszłych wyzwań środowiska miejskiego.

Również w swoich produktach MINI angażuje się w odpowiedzialne korzystanie z zasobów. Już od ponad dziesięciu lat MINI aktywnie zajmuje się kwestią mobilności elektrycznej. Już w roku 2008 wraz z MINI E rozpoczęto szeroko zakrojone badania nad samochodami elektrycznymi. W oparciu o wiedzę zgromadzoną na przestrzeni prawie dziesięciu lat w tym roku wprowadzone zostało na rynek MINI Cooper S E Countryman ALL4. Już w roku 2019 MINI wypuści w pełni elektryczny 3-drzwiowy model. Na targach IAA 2017 miała miejsce prezentacja MINI Electric Concept. Tym samym paletę konwencjonalnych produktów MINI uzupełni hybryda typu plug-in oraz model z napędem stricte elektrycznym.

Stały wzrost odnotowuje nie tylko wartość marki MINI, ale też sprzedaż aktualnych produktów. W pierwszych ośmiu miesiącach tego roku sprzedaż wzrosła o 3,1% do 230 925 egzemplarzy w stosunku do roku ubiegłego. Wzrost napędza najbardziej MINI Countryman (+12,9%) i MINI Cabrio (+20,3%).

Coroczny raport „Best Global Brands” opublikowany został w tym roku przez agencję Interbrand już po raz 18. Raport ten bada, w jakim stopniu marki wpływają na sukces przedsiębiorstwa. Ewaluacja bazuje przy tym na wynikach finansowych produktów i usług danej marki, roli marki w wyborze przez klientów oraz wpływ marki na politykę cenową firmy.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, właściciel czterech marek: BMW, MINI, Rolls-Royce oraz BMW Motorrad, jest wiodącym producentem samochodów i motocykli klasy premium, świadczy też usługi finansowe oraz w zakresie mobilności. Firma prowadzi działalność na całym świecie za pośrednictwem 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz poprzez globalną sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2016 r. BMW Group sprzedała na całym świecie ok. 2,367 mln samochodów oraz 145 000 motocykli. Zysk przed opodatkowaniem wyniósł ok. 9,67 mld EUR przy dochodach wynoszących 94,16 mld EUR. Wg stanu na dzień 31 grudnia 2016 r. w Grupie BMW było zatrudnionych 124 729 pracowników.

Podstawą sukcesu BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Integralną część strategii firmy stanowią zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu wartości, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Polska>

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>