



Comunicat de presă
12 octombrie 2016

Best Global Brands: nici un alt constructor auto premium din Top 100 nu a evoluat mai mult decât MINI

Valoarea mărcii a crescut cu 18%, urcând zece locuri în clasamentul Interbrand

București/München. Un brand autentic și emoțional, cu produse atractive și comunicare de brand distinctivă: realinierea sistematică a mărcii MINI se dovedește a fi un succes. În actualul clasament Best Global Brands, realizat de agenția Interbrand, valoarea mărcii MINI a urcat cu 18 procente - cea mai mare creștere a oricărui constructor auto premium din Top 100, doar alte două mărci reușind o rată de creștere atât de puternică. Cu o valoare a mărcii de aproape 4,9 miliarde de dolari, marca premium din Marea Britanie a urcat zece locuri până pe poziția a 88-a.

MINI își continuă creșterea puternică în ceea ce privește valoarea mărcii. În 2014, marca încă nu intrase între primele 100 de branduri ale lumii, dar a debutat pe locul al 98-lea în 2015 și acum a reușit o evoluție de zece poziții în decurs de un singur an. Sebastian Mackensen, vicepreședinte executiv MINI, explică motivele care fac MINI o marcă de succes: "Creșterea mărcii este o consecință a faptului că face oamenii fericiți - ceea ce înseamnă că le îndeplinește nevoile și pasiunile".

Această creștere puternică a valorii brandului vine pe fondul implementării sistematice a realinierii mărcii care a fost anunțată în 2015. Designul, autenticitatea și valoarea intrinsecă definesc noua identitate de brand, care este reflectată în apariția vizuală și noua tonalitate de comunicare. Noua filosofie de brand renunță la tot ceea ce nu este necesar, lăsând mai mult spațiu pentru ceea ce este important și concentrându-și atenția pe mesajele importante, comunicate într-o manieră autentică. "Marca este în evoluție; în prezent, suntem în cursul unei re poziționări majore", subliniază Sebastian Mackensen, vicepreședinte executiv MINI. "MINI este



Comunicat de presă

Data 12 octombrie 2016

Titlu Best Global Brands: nici un alt constructor auto premium din Top 100 nu a evoluat mai mult decât MINI

Pagina 2

nu doar o marcă auto foarte emoțională, ci și un brand de lifestyle urban autentic care se poziționează într-o serie de noi domenii."

MINI caută să ofere răspunsuri la probleme reale ale conviețuirii în orașele de pe mapamond. Prin prezentarea revoluționarului MINI VISION NEXT 100 Vision Vehicle ce a avut loc în iunie 2016, marca a oferit o avanpremieră a gândurilor sale. MINI își propune să continue formarea, în mod activ, a spiritului vremurilor și să-l conecteze cu publicul-țintă urban tânăr. Pentru a reuși acest lucru, MINI este activ și în afara lumii auto. În 2016, MINI Fashion a participat la evenimentul de modă masculină PITTI Uomo, în timp ce MINI Living a avut apariții la Salone del Mobile și la alte expoziții. Spre finalul anului 2016, marca va deschide un centru ambițios pentru designeri în Brooklyn (New York) cu numele A/D/O. Prin acceleratorul de afaceri start-up URBAN-X, investește și în antreprenori care vor să facă mai atractivă viața în orașe. Esther Bahne, director pentru Brand Strategy și Business Innovation: "Anul acesta, am început să ne angajăm mai profund în domenii precum arhitectura urbană, designul, moda și antreprenoriatul - dezvoltând și investind în produse de relevanță mare pentru oamenii ce trăiesc în orașele din lume. Aceasta va conduce creșterea mărcii MINI pe termen mediu și lung, asigurând că vom continua să producem o gamă de produse și servicii atractive și să cucerim un nou public-țintă".

Creșterea constantă a mărcii MINI este acompaniată de o creștere corespunzătoare a livrărilor de produse. În primele opt luni ale anului 2016, vânzările au crescut cu 5,7% față de aceeași perioadă a anului anterior, ajungând la un total de 223.913 automobile. Cei mai importanți vectori de creștere pentru marca premium au fost MINI Clubman - inclusiv cea mai sportivă variantă a sa, recent lansatul MINI John Cooper Works Clubman - și noul MINI Cabrio, lansat în primăvară.

"Best Global Brands" 2016 este a 127-a ediție a raportului ce este publicat anual de compania de consultanță de brand la nivel mondial Interbrand, care analizează

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS



Comunicat de presă

Data 12 octombrie 2016

Titlu Best Global Brands: nici un alt constructor auto premium din Top 100 nu a evoluat mai mult decât MINI

Pagina 3

modul în care brandurile determină succesul unei companii. Evaluarea este bazată pe succesul financiar al produselor și serviciilor, rolul mărcii în luarea deciziilor de către clienți și impactul său asupra prețurilor companiei. În medie, valoarea mărcilor din Top a crescut cu 4,8% față de 2015.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România
Alexandru Șeremet
Tel.: +40-726-266-224
E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group
Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 31 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2015, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,247 milioane de automobile și aproape 137.000 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2015 a fost de aproximativ 9,22 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 92,18 miliarde de euro. La 31 decembrie 2015, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 122.244 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro
Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>
Twitter: <http://twitter.com/BMWRO>
YouTube: <http://www.youtube.com/bmwgroupromania>
Site-uri de presă:
www.presa.bmw.ro
www.presa.mini.ro
www.press.bmwgroup.com
www.press.bmwgroup-sport.com