

Comunicat de presă
23 noiembrie 2016

«Resale Value Giants»: MINI este lider în două categorii de automobile

Cel mai nou clasament al modelelor de pe piața auto din Germania care oferă cea mai bună valoare de revânzare: MINI One este lider în clasa mică, MINI One Clubman este numărul 1 în segmentul compact. „MINI obține constant rezultate de top în ceea ce privește valoarea de revânzare. Ne uităm cu mare atenție la studiile din Germania, cea mai importantă piață auto din Europa, pe care o considerăm un trend setter și pentru România”, explică Cristian Vlașin, Sales și Business development Manager, BMW Group România.

București/München. Achiziționarea unui automobil nou al mărcii premium britanice MINI este o investiție profitabilă. Cumpărătorul poate fi sigur în ceea ce privește plăcerea condusului, stilul individual și calitatea premium, dar se poate baza și pe un nivel foarte înalt al valorii de revânzare. De mai mulți ani, modelele MINI se numără printre câștigătorii clasamentelor "Resale Value Giants" publicate de "Focus Online". În actuala ierarhie, MINI este lider în două categorii de automobile. Noul MINI One cu trei uși (75 kW/102 hp) este considerat a fi modelul cu cel mai mic procent de pierdere a valorii din clasa mică, iar același lucru este valabil și pentru noul MINI One Clubman (75 kW/102 hp) în segmentul compact. Aceste evaluări se bazează pe analizele realizate de institutul de cercetări de piață Bähr & Fess Forecasts din Saarbrücken. Studiul analizează evoluția anticipată a valorii actualelor automobile noi pe parcursul următorilor patru ani.

„MINI obține constant rezultate de top în ceea ce privește valoarea de revânzare. Ne uităm cu mare atenție la studiile din Germania, cea mai importantă piață auto din Europa, pe care o considerăm un trend setter și pentru România”, explică Cristian Vlașin, Sales și Business development Manager, BMW Group România. „Valoarea bună de revânzare este un argument pragmatic de achiziție pentru MINI – modelele mărcii noastre se dovedesc o achiziție rentabilă și vedem un interes în creștere și din partea clienților de flote. De altfel, cea mai importantă achiziție în acest an a fost



Comunicat de presă

Data 23 noiembrie 2016

Titlu «Resale Value Giants»: MINI este lider în două categorii de automobile

Pagina 2

o flotă de 30 de modele MINI One”, a continuat Vlașin.

Date fiind calitățile diverse și popularitatea lor foarte mare, cele două MINI desemnate "resale value giants" au tot ce le trebuie pentru fi foarte dorite pe piața automobilelor second-hand. Conform previziunilor specialiștilor din piață, MINI One cu trei uși va avea, peste patru ani, o valoare de revânzare de 56,5% din prețul actual. Cea mai nouă generație a originalului în segmentul premium al clasei mici a fost lider al categoriei sale și în precedentele clasamente "Resale Value Giant". Așa că nu a fost nici o surpriză că "Focus online" a ajuns și de această dată la aceeași concluzie pozitivă: "MINI One este o investiție de succes".

Pe de altă parte, MINI One Clubman a performat și mai bine în cea mai recentă analiză: după o perioadă de patru ani, acest model este capabil să atingă o valoare de revânzare de 58% din prețul original de achiziție. Reinterpretarea modernă a conceptului shooting brake cu patru uși laterale, două uși divizate în spate și un interior versatil interior a fost inclusă în premieră în evaluarea clasei compacte și "imediat a urcat pe cea mai înaltă treaptă a podiumului", așa cum afirmă "Focus online".

Pentru actualul clasament "Resale Value Giant", gama de modele a fost analizată pentru un total de 16 categorii de automobile. În previziunile lor, specialiștii pieței auto au luat în calcul nu doar caracteristicile fiecărui model, ci și imaginea mărcii, performanțele în testele comparative, concurența din fiecare segment, studiile referitoare la clienți și evoluțiile economice generale. Compararea valorii de revânzare este o orientare importantă pentru potențialii cumpărători de automobile noi atunci când iau decizia de achiziție. În cele din urmă, diferența dintre prețul de cumpărare și valoarea de revânzare este un factor-cheie de cost. Noua generație MINI performează bine la acest capitol, la fel cum o face în ceea ce privește eficiența, astfel că oferă o combinație perfectă între plăcerea condusului și economie.

MINI

CORPORATE COMMUNICATIONS



Comunicat de presă

Data 23 noiembrie 2016

Titlu «Resale Value Giants»: MINI este lider în două categorii de automobile

Pagina 3

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