



Información para los medios
19 enero de 2023

Los modelos MINI electrificados registran el mayor crecimiento de ventas desde su lanzamiento al mercado.

Los nuevos mercados desarrollados en la región asiática demuestran el creciente entusiasmo en todo el mundo por el placer de conducir típico de MINI. La marca premium estableció un nuevo récord con más de 46.000 matriculaciones. En total, MINI matriculó 292.923 modelos nuevos en todo el mundo el año pasado.

El auge de la demanda de vehículos MINI electrificados continuó también en 2022. Con un aumento de las ventas del 25,5% en comparación con 2021 y 43.744 unidades vendidas en todo el mundo, el MINI Cooper SE totalmente eléctrico (consumo eléctrico combinado: 17,6 - 15,2 kWh/100 km según WLTP; emisiones de CO2 combinadas: 0 g/km), un vehículo sin emisiones locales, es con diferencia el modelo MINI más popular.

Los vehículos puramente eléctricos ya representan el 15% del total de las ventas mundiales y han vuelto a aumentar en Europa, con más de 27.000 unidades del MINI Eléctrico vendidas en 2022. Esto significa que el MINI Cooper SE ya representa el 22% de las ventas totales. Alemania, Francia y el Reino Unido, en particular, registraron un fuerte crecimiento de las ventas del MINI Eléctrico. El MINI 3 puertas totalmente eléctrico registró la mayor cuota de ventas totales en Escandinavia, con un 45%.

En 2022, MINI amplió aún más su oferta global de movilidad premium sin emisiones locales con el lanzamiento de ventas del MINI Cooper SE totalmente eléctrico en Corea y Taiwán. Además, los modelos MINI totalmente eléctricos también son cada vez más populares en Hong Kong, donde ya representan el 43,3% de las ventas en 2022. Estos avances son una prueba del continuo y fuerte interés de la comunidad MINI mundial por la movilidad eléctrica sin emisiones a nivel local.

"El éxito continuado de los modelos MINI con propulsión eléctrica confirma el camino de la marca hacia un futuro totalmente eléctrico. Con un claro enfoque en la sostenibilidad con una huella medioambiental mínima, MINI atrae cada vez a más clientes en todo el mundo que disfrutan de la sensación del karting electrificado", afirma Stefanie Wurst, Directora de MINI.

Éxito del enfoque en nuevos mercados y grupos objetivo.

El desarrollo estratégico centrado en nuevos mercados y grupos objetivo está aportando un fuerte crecimiento a MINI en 2022. Las ventas en Japón, por ejemplo, fueron un 7% superiores a las del año anterior, con 19.530 unidades vendidas. El MINI Cabrio logró un fuerte aumento de ventas del 38% en China, con 1.215 unidades vendidas. Además, los mercados de India, Tailandia, Malasia, Indonesia, Vietnam y Nueva Zelanda también experimentaron un fuerte crecimiento, cerrando 2022 con las cifras de ventas más altas hasta la fecha.

MINI también está demostrando BIG LOVE por el planeta y ampliando su compromiso social en todo el mundo. En Taiwán, por ejemplo, los fans de MINI se inspiraron para participar en extensas limpiezas de playas. En la campaña, 333 conductores de MINI recogieron casi una tonelada de basura de las playas. En el Reino Unido, MINI, junto con sus concesionarios y la comunidad MINI, donó el año pasado más de 680.000 euros a organizaciones benéficas bajo el lema "ayudamos a difundir BIG LOVE".

La marca John Cooper Works vuelve a batir récords de ventas.

El año pasado, la marca John Cooper Works volvió a batir récords de ventas. Los 23.005 modelos vendidos en todo el mundo representan un aumento del 8,9% respecto al ya fuerte año anterior. Los mayores índices de crecimiento se registraron en el mercado americano, con un 52%, y en el mercado chino, con un aumento de las ventas del 42%. Los modelos MINI de altas prestaciones también alcanzaron sus cifras de ventas más altas hasta la fecha en Alemania, Japón y Corea. MINI John Cooper Works alcanzó la mayor cuota de ventas en Taiwán, con un 13,6%, y en China, con un 11,5%.

Con un total de 10.372 unidades vendidas, el MINI JCW de 3 puertas sigue siendo el modelo más popular entre los deportivos de gama alta. 4.639 vehículos nuevos correspondieron al MINI John Cooper Works Countryman (consumo de combustible combinado: 8,3 - 7,6 l/100 km, emisiones de CO2 combinadas: 188 - 173 g/km según WLTP), 4.220 unidades al MINI John Cooper Works Cabrio (consumo de combustible combinado: 7,4 - 7,1 l/100 km, emisiones de CO2 combinadas: 168 - 161 g/km según WLTP) y 3.750 unidades vendidas al MINI John Cooper Works Clubman (consumo de combustible combinado: 7,9 - 7,4 l/100 km, emisiones de CO2 combinadas: 180 - 168 g/km según WLTP).

La mayor cuota de mercado hasta la fecha para MINI en el Reino Unido.

Con 46.757 unidades vendidas y una cuota de mercado del 2,84%, el Reino Unido sigue siendo el mercado de ventas más importante para MINI en 2022. Aquí, los modelos MINI totalmente eléctricos mostraron el mejor rendimiento hasta la fecha, con 7.500 nuevas matriculaciones y

un crecimiento de las ventas del 11%. Alemania sigue siendo el segundo mercado más importante para MINI con 40.251 unidades vendidas, seguido de Estados Unidos (29.504 unidades) y China (28.746 unidades). En Europa, los mercados de Austria (+ 7,6%), Italia (+ 1,7%) y Francia (+ 1,0%) también registraron crecimiento.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. La red de producción del Grupo BMW incluye 31 sedes de producción y ensamblaje en 15 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2021, el Grupo BMW vendió más de 2,5 millones de vehículos de pasajeros y más de 194.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2021 fueron de aproximadamente 16,100 millones de euros sobre unos ingresos que ascendieron aproximadamente a 111,200 millones de euros. A 31 de diciembre de 2021, el Grupo BMW tenía 118.909 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa fijó el rumbo del futuro en una fase temprana y hace que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean sistemáticamente el centro de su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción, hasta el final de la fase de uso de todos los productos.

www.mini.es

Facebook: <http://www.facebook.com/MINI.Espana>

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

Instagram: <http://instagram.com/miniespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

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