

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2389
4 octobre 2017

MINI France lance l'Édition Blackfriars sur ses modèles emblématiques 3 et 5 portes, à partir de 295 € / mois* sans apport et entretien inclus.

Paris. La marque britannique n'a pas son pareil pour créer des éditions spéciales stylées et attractives, qui deviennent régulièrement des collectors. Pour cette rentrée, MINI a imaginé une édition « made in France » aux notes noires branchées et à l'équipement haut de gamme : la MINI Edition Blackfriars. Commercialisée jusqu'à la fin du mois de décembre, la MINI Edition Blackfriars affiche des loyers en LLD particulièrement compétitifs, sans apport et entretien inclus.

Blackfriars est un quartier situé en plein cœur de Londres, adossé à la City, dans lequel Shakespeare lui-même séjourna. Le nom Blackfriars fait référence à la couleur noire du capuchon des Dominicains qui y édifièrent un prieuré dès 1276. Le noir, c'est justement la source d'inspiration de la MINI Edition Blackfriars. L'extérieur arbore des bandes noir mat sur les montants C, tandis que le profil intègre des badges « Blackfriars » sobrement intégrés aux répétiteurs de clignotants et aux montants B. A l'intérieur, on retrouve cette touche exclusive sur l'insert décoratif côté passager.

Disponible avec les motorisations essence One 102 ch et Cooper 136 ch, ainsi que Diesel One D 95 ch et Cooper D 116 ch, la MINI Edition Blackfriars offre une dotation de série très complète :

- Accoudoir central avant inclinable en 4 positions
- Autoradio MINI Visual Boost
- Clignotants blancs
- Climatisation automatique (Cooper / Cooper D)
- Climatisation manuelle (One / One D)
- Coques de rétroviseurs extérieurs dans la teinte de carrosserie
- Détecteur de pluie et allumage automatique des projecteurs
- Ecrous antivol
- Jantes en alliage 17" design « Cosmos Spoke » noires
- MINI Connected
- Projecteurs à LED avec feux de jour Omega
- Radars de stationnement arrière
- Rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement
- Sièges avant Sport avec sellerie Tissu / Cuir Diamond Carbon Black
- Système de navigation MINI avec écran 6,5"
- Système mains-libres Bluetooth avec Snap-in – niveau 2
- Toit ouvrant panoramique en verre
- Volant Sport gainé cuir avec touches multifonctions et régulateur de vitesse avec fonction freinage

Outre l'avantage client accordé au travers des nombreux équipements, la MINI Edition Blackfriars se révèle particulièrement avantageuse puisqu'elle s'affiche à des niveaux de loyers très compétitifs, sans apport et entretien inclus, notamment grâce à sa haute valeur résiduelle sur le marché de l'occasion.

Communication et relations publiques

Les tarifs et loyers de la MINI Edition Blackfriars sont présentés ci-dessous :

MINI 3 portes essence Edition Blackfriars

- | | | |
|-----------------|----------|---------------|
| • One 102 ch | 24 700 € | 295 € / mois* |
| • Cooper 136 ch | 26 650 € | 330 € / mois* |

MINI 3 portes Diesel Edition Blackfriars

- | | | |
|-------------------|----------|---------------|
| • One D 95 ch | 26 650 € | 330 € / mois* |
| • Cooper D 116 ch | 28 450 € | 350 € / mois* |

MINI 5 portes essence Edition Blackfriars

- | | | |
|-----------------|----------|---------------|
| • One 102 ch | 25 600 € | 320 € / mois* |
| • Cooper 136 ch | 27 550 € | 340 € / mois* |

MINI 5 portes Diesel Edition Blackfriars

- | | | |
|-------------------|----------|---------------|
| • One D 95 ch | 27 550 € | 340 € / mois* |
| • Cooper D 116 ch | 29 350 € | 360 € / mois* |

* LLD 36 mois / 30 000 km sans apport avec contrat d'entretien « MINI Service Inclusive + » 3 ans inclus.

<http://www.bmwgroup.com/>

Facebook : <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

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

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières près de 1000 personnes, outre son réseau exclusif de distribution avec plus de 5.000 salariés en France.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons, Valéo, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain,.... Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé les marques BMW i et iPerformance et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8, ainsi qu'une gamme de modèles hybrides rechargeables

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que l'école des Gobelins et les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), et, la Fédération Française de Rugby (FFR) avec le XV de France.



Communication et relations publiques

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2016, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 367 millions d'automobiles et plus de 145 000 motos. En 2016, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,67 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 94,16 milliards d'euros. Au 31 décembre 2016, les effectifs de BMW Group étaient de 124 729 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.