



Communiqué de presse n°3052

25 janvier 2022

Rechargée et électrisante : la Mini Classic en route vers l'avenir.

Grâce à une équipe dédiée au sein de l'usine MINI d'Oxford, le plaisir de conduire responsable est maintenant accessible au volant d'une Mini Classic. Un moteur électrique développé sur mesure combine la tradition avec une technologie pionnière - le tout dans une démarche d'économie circulaire.

Munich. Si Sir Alec Issigonis pouvait repenser la Mini Classic aujourd'hui, la célèbre citadine serait équipée d'un moteur électrique. Après tout, la Mini originale lancée en 1959 a été créée pendant une crise pétrolière et reposait sur l'idée d'économiser du carburant et de transporter quatre occupants et leurs bagages dans un espace aussi réduit que possible. À ce jour, la marque MINI reste liée aux principes du designer Issigonis avec son utilisation créative de l'espace et son plaisir de conduire. Le programme **MINI Recharged** est l'occasion d'écrire la suite de l'histoire de la Mini Classic, au 21^{ème} siècle et de manière encore plus durable.

La conversion des Mini Classic à la propulsion électrique allie valeurs traditionnelles et technologie d'avenir. L'idée est née avant même que le constructeur premium britannique ne propose sur le marché une voiture 100 % électrique avec la MINI Cooper SE (consommation électrique combinée : 15,2 - 17,6 kWh/100 km selon WLTP; émissions de CO₂ combinées : 0 g/km.). En effet, un modèle unique de Mini Classic 100 % électrique a été imaginé en 2018 et présenté au salon de l'automobile de New York. Les réactions ont été si positives qu'une équipe dédiée de l'usine MINI d'Oxford s'est mise au travail et a élaboré un programme de conversion identique afin de pouvoir le proposer aux possesseurs de Mini Classic.

Pour vivre le « go-kart feeling » sans émissions, le moteur à essence d'origine de la Mini Classic est remplacé par un groupe motopropulseur électrique moderne. Dans le cadre de MINI Recharged, seules des modifications réversibles sont apportées à la substance du véhicule lors de la conversion. Le respect de l'héritage historique est un élément important du programme. Cela permet de remettre la Mini Classic dans son état d'origine à une date ultérieure. À cet effet, au cours de la conversion, le moteur d'origine de chaque véhicule est marqué et stocké de manière à pouvoir être réutilisé en cas de transformation inverse. « Ce que l'équipe du projet développe préserve le caractère de la Mini Classic et permet à ses fans de profiter de performances entièrement électriques. Avec MINI Recharged, nous connectons le passé avec l'avenir de la marque », déclare Bernd Körber, directeur de la marque MINI.

Le programme MINI Recharged permet de prolonger la vie d'une Mini Classic de manière durable. Chaque exemplaire peut désormais bénéficier d'une nouvelle vie et accompagner son



propriétaire dans le futur, tout en préservant son héritage tant apprécié. La propulsion est assurée par un moteur électrique moderne qui génère une puissance continue pouvant atteindre 90 kW et qui permet à la Mini Classic nouvellement électrifiée d'accélérer de 0 à 100 km/h en neuf secondes environ. L'énergie est fournie par une batterie haute tension, qui peut être chargée avec une puissance allant jusqu'à 6,6 kW et qui offre une autonomie d'environ 160 kilomètres. En outre, chaque Mini Classic électrifiée issue du programme MINI Recharged reçoit le combiné d'instrumentation central caractéristique, connu depuis les premiers jours de la Mini originale. En plus de la vitesse, ce dernier affiche désormais la température moteur, le rapport sélectionné et l'autonomie restante.

Les adeptes de MINI Recharged bénéficient d'une toute nouvelle expérience de conduite : une voiture silencieuse avec une accélération instantanée et la possibilité d'entrer dans les zones de conduite 100 % électrique ou à faibles émissions de nombreuses grandes villes, autrement inaccessibles avec un moteur à combustion. Par exemple, la Mini Classic électrique peut circuler dans Oxford Street ou Piccadilly Circus à Londres, et faire à nouveau partie du paysage urbain, sans que le conducteur n'ait à payer au préalable de taxe environnementale (péage urbain). En outre, la conversion de la Mini à l'électrique ne nécessite pas de nouvelle immatriculation.

MINI Recharged s'inscrit parfaitement dans la stratégie d'avenir de la marque, qui inclut notamment la démarche d'économie circulaire. En effet, chaque Mini Classic 100 % électrique qui sort de l'usine d'Oxford est développée à partir d'un modèle existant, ayant déjà fait le bonheur d'un ou plusieurs propriétaires. Cela permet aux Mini Classic de débiter une seconde vie, plus durable. Aujourd'hui, près d'un nouveau modèle MINI sur cinq est équipé d'un moteur électrique et le programme MINI Recharged permettra de transformer l'amour des anciennes Mini en une expérience qui conjugue le passé... au futur.

L'« upcycling » sur mesure de la Mini Classic est réalisé exclusivement au Royaume-Uni. Chaque véhicule transformé se voit attribuer un numéro individuel, ce qui le rend unique. « L'individualité joue également un rôle important avec MINI Recharged », déclare Sebastian Beuchel, directeur MINI Global Brand Management. « Des modèles classiques Mini uniques ont toujours été créés, certains sont même devenus de véritables œuvres d'art sur roues. C'est pourquoi de futures collaborations sont également prévues dans le cadre du programme MINI Recharged, permettant à des artistes de renom d'exprimer leur créativité au travers de modèles Mini classiques spécialement conçus. »



BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2021, BMW Group France a immatriculé 71 306 automobiles des marques BMW et MINI et 20 333 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi, Faurecia. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un million de voitures 100% électriques circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. 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 l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

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. BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2021, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,5 millions d'automobiles et plus de 194 000 motos. En 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, les effectifs de BMW Group étaient de 120 726 salariés. Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, de la gestion efficace des ressources à la phase d'utilisation des produits en passant par la production.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw