

Communiqué de presse n°2693
28 mai 2019

Distinctif, hautement qualitatif et homogène : l'écran incurvé de la BMW iNEXT.

Munich. La disposition des éléments d'affichage et de commande orientée vers le conducteur est l'une des caractéristiques différenciantes des habitacles BMW depuis des décennies. La prochaine génération d'écran entièrement numérique sera présentée sur la BMW iNEXT, qui sera produite à partir de 2021 comme le fleuron technologique du constructeur automobile premium. Sur ce nouvel écran, les zones d'affichage des informations et des commandes sont fusionnées pour créer une seule unité incurvée vers le conducteur. Cette unité intégrée orientée vers le conducteur optimise la visualisation des informations et facilite la commande tactile intuitive.

L'orientation traditionnelle du cockpit vers le conducteur a récemment été optimisée avec l'actuel BMW Live Cockpit Professional. La structure claire et la présentation uniforme du contenu - largement personnalisable - sur le tableau de bord numérique et sur l'écran central permettent au conducteur d'avoir toujours les bonnes informations à tout moment et en toute sécurité. L'écran incurvé de la BMW iNEXT constitue la prochaine étape. Il présente une courbure orientée vers le conducteur. La surface d'affichage monobloc crée un effet particulièrement harmonieux et met en valeur les commandes ergonomiques optimisées sur le plan visuel.

"L'unique écran incurvé est l'élément central de commande et représente l'interprétation moderne de l'orientation vers le conducteur. Il occupe une position centrale dominante au sein d'un concept d'affichage emblématique et offre ainsi une expérience d'affichage très différenciante", explique Domagoj Dukec, responsable du Département Design de BMW. "L'écran incurvé est composé de matériaux de haute qualité et semble suspendu librement sur la planche de bord. Cela en fait un élément clé de l'espace moderne, luxueux et généreux de la BMW iNEXT."

L'affichage incurvé est positionné de telle sorte que les occupants du véhicule ne peuvent pas voir la façon dont il est relié au tableau de bord. Il transmet une sensation de légèreté particulièrement marquante. Le design distinctif et hautement qualitatif de l'écran incurvé s'inspire de la technologie électronique grand public moderne, il est lui-même maintenu en place par un support en magnésium extrêmement fin. La technique d'affichage sophistiquée avec verre antireflet ne nécessite pas non plus de capot pour la gestion des ombres, ce qui donne à l'habitacle un aspect particulièrement soigné et épuré.

"L'écran incurvé de la BMW iNEXT nous fait passer au niveau supérieur de l'ergonomie orientée vers le conducteur", déclare Robert Irlinger, responsable de BMW i. "Le nouvel écran permet une utilisation intuitive, naturelle et ergonomique de la fonction tactile".

La forme et la disposition de l'écran incurvé sont une interprétation révolutionnaire de l'orientation du conducteur, qui est caractéristique de BMW. En fonction de la situation de conduite et des préférences individuelles, les éléments de contenu de l'affichage peuvent être déplacés d'avant en arrière entre l'instrumentation présente dans le champ de vision direct du conducteur et la zone pouvant être utilisée par le passager avant.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Olivier Wodetzki
Chef du Service Communication Marques,
Produits et Technologies
Tél : 01 30 43 92 75
E-Mail : olivier.wodetzki@bmw.fr

Pierre Bedhome
Responsable Communication
Produits BMW i
Tél : 01 30 43 93 78
E-Mail : pierre.bedhome@bmw.fr

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 ainsi que son réseau exclusif de distribution plus de 5.000 salariés en France. En 2018, BMW Group France a immatriculé 84 931 automobiles des marques BMW et MINI et 15 645 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec CHA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. 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 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: twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home

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 30 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 2018, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 490 000 automobiles et plus de 165 000 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 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, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

**BMW
GROUP**

Communication et relations publiques



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw