



Δελτίο Τύπου

08 Μαρτίου 2012

Σχεδίαση που συναρπάζει. Το σχεδιαστικό DNA της BMW.

Η BMW θεωρείται πρότυπο αυθεντικής, φουτουριστικής αυτοκινητιστικής σχεδίασης. Αυθεντικής με την έννοια ότι δίνει την υπόσχεση μιας οδηγικής εμπειρίας την οποία τηρεί και εκπληρώνει από την πρώτη στιγμή, με την πρώτη ματιά. Όλες οι BMW είναι άμεσα αναγνωρίσιμες και μεταφέρουν το μήνυμα - σήμα κατατεθέν του brand: Γνήσια Οδηγική Απόλαυση.

Η σχεδίαση BMW είναι φουτουριστική με την έννοια ότι προβάλλει πρωτοποριακές καινοτομίες, οι οποίες συνεχώς ανεβάζουν τον πήχη στην κατηγορία premium. Με το πέρασμα των δεκαετιών, διάφορα σχεδιαστικά στοιχεία έχουν διαμορφώσει το μοναδικό DNA της BMW, όπως αυτό εκφράζεται μέσα ξεχωριστές αναλογίες, επιφάνειες και λεπτομέρειες. Κάθε BMW ερμηνεύει αυτά τα χαρακτηριστικά υπό το δικό της πρίσμα εκφράζοντας τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της. Η BMW αναγνωρίζει την αξία αυτών των σχεδιαστικών στοιχείων στη διαμόρφωση οπτικής της ταυτότητας και συστηματικά τα βελτιώνει και τα καλλιεργεί, ενώ τώρα δίνουν το παρών σε όλα τα μοντέλα BMW, σύγχρονα και παλιά.

Στοιχεία ταυτότητας: αναλογίες, επιφάνειες λεπτομέρειες.

Η σχεδίαση BMW ενσαρκώνει την τέλεια αρμονία τεχνολογίας και αισθητικής. Εδώ η λειτουργία αποκτά τη δική της μορφή και γοητεία. Στοιχεία που ξεχωρίζουν σε μία BMW είναι οι αναλογίες, οι επιφάνειες και οι λεπτομέρειες. Η αλληλεπίδρασή τους πλάθει το χαρακτήρα της και διαμορφώνει την αναγνωρίσιμη εμφάνισή της. Οι χαρακτηριστικές αναλογίες – μακρύ μεταξόνιο, κοντοί πρόβολοι, μακρύ καπό και καμπίνα επιβατών τοποθετημένη προς τα πίσω – παραπέμπουν στη спор κομψότητα και τη δυναμική όλων των BMW πριν καν το αυτοκίνητο αρχίσει να κινείται. Η ατομικότητα κάθε μοντέλου εκφράζεται μέσα από περίτεχνες, ανάγλυφες επιφάνειες, που παίρνουν οριστική μορφή με ακριβείς γραμμές οριστικοποιώντας το σχήμα του αυτοκινήτου. Κάθε μοντέλο λανσάρει τη δική του εκδοχή στην εξωτερική σχεδίαση, με εξατομικευμένες, προσεγγμένες λεπτομέρειες.

Εντυπωσιακή αισθητική: το πρόσωπο μιας BMW.

Το εμπρός τμήμα μιας BMW, από μόνο του, περιλαμβάνει στοιχεία που προσδιορίζουν καθαρά την ταυτότητα του αυτοκινήτου. Η μάσκα δύο τμημάτων, η κεντρική θέση του εμβλήματος από πάνω, και οι διπλοί στρογγυλοί προβολείς αποτελούν μία εντυπωσιακή σχεδιαστική σύνθεση όπου οι προβολείς, 'κομμένοι' οπτικά στο πάνω τμήμα διαμορφώνουν το ύψος του αυτοκινήτου επικεντρωμένο στο δρόμο. Η χαρακτηριστική μάσκα λανσαρίστηκε το 1933 και με τα χρόνια εξελίχθηκε στο πιο ευδιάκριτο στοιχείο BMW. Αυτό το σχεδιαστικό στοιχείο εμφανίζεται σε πολλές διαφορετικές εκδοχές και εξακολουθεί να αποτελεί σήμα κατατεθέν στη φυσιογνωμία μιας BMW μέχρι σήμερα: πλαισιωμένη από τους στρογγυλούς προβολείς με δακτυλίους φώτων, αποτελεί βασικό στοιχείο της εμφάνισης κάθε BMW.

Χαρακτηριστική ροή γραμμών αμαξώματος.

Στο προφίλ συναντάμε ομοίως πολυάριθμα παραδοσιακά σχεδιαστικά στοιχεία BMW που ερμηνεύονται διαφορετικά σε κάθε μοντέλο. Το μακρύ καπό 'χάνεται' ομαλά στην καμπίνα επιβατών που είναι τραβηγμένη προς τα πίσω, διαμορφώνοντας έτσι μια επιμηκυμένη σιλουέτα που είναι κομψή και λειτουργική, δίνοντας την αίσθηση της επιτάχυνσης ακόμα και όταν το αυτοκίνητο είναι σταματημένο. Το μακρύ μεταξόνιο αποτελεί μία δυναμική και κομψή βάση για το αυτοκίνητο, ενώ οι κοντοί εμπρός και πίσω πρόβολοι υποστηρίζουν τη συνολική φιλοσοφία αναλογιών που διαχωρίζονται από κομψές γραμμές. Χαρακτηριστική είναι και η πλαϊνή επιφάνεια των παραθύρων με το χρωμιωμένο πλαίσιο, εμπνευσμένη από τη σχεδίαση ενός coupé. Ένα άλλο στυλιστικό στοιχείο είναι η απότομη αλλαγή κλίσης στο πίσω άκρο της κολόνας C, στο σημείο που συναντά την οροφή και χωρίζει τα πλαϊνά παράθυρα από το πίσω παμπρίζ. Αυτό το στοιχείο, γνωστό σαν Hofmeister kink, πήρε το όνομά του από τον Wilhelm Hofmeister και χαρίζει στο αυτοκίνητο μία αίσθηση ταχύτητας, ενώ παράλληλα αφήνει αιχμές για την πίσω κίνηση. Κάτω από το πλαίσιο του παραθύρου, μία ακριβής μεσαία γραμμή με ενσωματωμένες τις λαβές θυρών διαιρεί οπτικά το αμάξωμα. Ξεκινώντας από το εμπρός τμήμα η γραμμή αυτή εκτείνεται μέχρι πίσω ακολουθώντας ανοδική πορεία υπό διαφορετική γωνία ανάλογα με το μοντέλο, οριοθετώντας ένα έντονα σφηνοειδές σχήμα.

Εργονομικό cockpit προσανατολισμένο στον οδηγό.

Η σχεδίαση BMW είναι γνωστή για την οδηγοκεντρική φιλοσοφία της. Η εργονομική διάταξη της καμπίνας σέβεται τον οδηγό: τα κυριότερα λειτουργικά στοιχεία και χειριστήρια στο ταμπλό και την κεντρική κονσόλα είναι προσανατολισμένα προς τον οδηγό, προσφέροντας βέλτιστη ορατότητα και ευκολία πρόσβασης.

Ομοίως, όλα τα στοιχεία του ταμπλό είναι διατεταγμένα στο άμεσο πεδίο ορατότητας του οδηγού για εύκολη πρόσβαση σε όλες σημαντικές πληροφορίες. Ποιοτικά υλικά και ένας αρμονικός χρωματικός συνδυασμός υπογραμμίζουν τη σχεδιαστική φιλοσοφία της καμπίνας και την προσωπικότητα του αυτοκινήτου.

Αυτή η συστηματική επικέντρωση στον οδηγό όχι μόνο τονίζει την εργονομία αλλά και το ισχυρό συναισθηματικό στοιχείο της σχεδίασης εσωτερικού.

Εσωτερικά, ο ατομικός χαρακτήρας μιας BMW εκφράζεται με την αλληλεπίδραση επιφανειών και γραμμών που ακολουθεί την αρχή της 'διαστρωμάτωσης'. Ο όρος αυτός αναφέρεται στα επίπεδα που δημιουργούνται από διαφορετικά υλικά όπως είναι διατεταγμένα το ένα πάνω στο άλλο και εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς, αναδεικνύοντας τη δυναμική εικόνα της καμπίνας. Για τα μοντέλα BMW αυτή η φιλοσοφία διαστρωμάτωσης στο εσωτερικό προαναγγέλλει μία νέα σύγχρονη αισθητική και δημιουργεί την αίσθηση μιας ανάλαφρης δομής.

«Σχεδιάζουμε προϊόντα αυτοκίνησης που συγκινούν. Η σχεδιάσή μας είναι αυθεντική: υποδηλώνει αυτό που μπορεί κάποιος να βιώσει με τα προϊόντα μας και απηχεί στην κληρονομιά του brand. Παράλληλα είναι προσανατολισμένη στο μέλλον και αποτελεί πλατφόρμα για την εφαρμογή των τεχνολογιών αιχμής που υιοθετούνται στα προϊόντα μας. Επιπλέον, δίνει έμφαση στη λεπτομέρεια, ενώ οι πελάτες θα ανακαλύπτουν όλο και πιο ενδιαφέροντα σχεδιαστικά στοιχεία τα επόμενα χρόνια». Adrian van Hooydonk, Senior Vice President BMW Group Design.

-Τέλος Δελτίου Τύπου-

To BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles και Rolls-Royce. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 25 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2011, το BMW Group πούλησε 1.67 εκατομμύρια αυτοκίνητα και πάνω από 113,000 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το 2010 ήταν 4.8 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 60.5 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου 2010, η εταιρία είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 95.500 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊόντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

Σαν επιστέγασμα των προσπαθειών του, το BMW Group κατέχει την πρώτη θέση στη βιομηχανία, στους Δείκτες Βιωσιμότητας Dow Jones τα τελευταία επτά χρόνια.

Διεύθυνση Εταιρικής Επικοινωνίας BMW Group

Νίκος Ταγκούλης, Διευθυντής Εταιρικής Επικοινωνίας Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης

Τηλέφωνο: +43 6628 383 7800

e-mail: Nikolaos.Tagkoulis@bmwgroup.com

Βιβή Δαλάκου, Βοηθός Διευθυντή Εταιρικής Επικοινωνίας

Τηλέφωνο: +30 2109118151, Fax: +30 210 9118007

e-mail: stavroula.dalakou@partner.bmw.gr