

Δελτίο Τύπου  
17 Μαρτίου 2026

## **Το BMW Group ενσωματώνει τη βιωσιμότητα μέχρι την τελευταία λεπτομέρεια της καμπίνας.**

+++ Η ποιότητα του αέρα της καμπίνας ως παράγοντας ευεξίας. +++ Η υγεία στο επίκεντρο της βιωσιμότητας των προϊόντων. +++ Στα άδυτα του εργαστηρίου οσμών του BMW Group. +++

**Μόναχο.** Με τη νέα BMW i3, το BMW Group επαναβεβαιώνει την ολιστική του προσέγγιση στη βιωσιμότητα των προϊόντων, αναδεικνύοντας μια πτυχή της ανάπτυξης στην οποία έως τώρα είχε δοθεί λιγότερη έμφαση: την υγεία και ευεξία στην καμπίνα επιβατών. Για να διερευνηθεί περαιτέρω αυτή η διάσταση, η ποιότητα του αέρα, η επιλογή των υλικών και η οσφρητική αντίληψη μελετώνται και αξιολογούνται συστηματικά στο εργαστήριο οσμών της εταιρείας.

### **Η ολιστική βιωσιμότητα των προϊόντων ως κατευθυντήρια γραμμή.**

Το BMW Group ενσωματώνει τη βιωσιμότητα σε κάθε στάδιο του κύκλου ζωής ενός οχήματος – από την εξόρυξη πρώτων υλών και την εφοδιαστική αλυσίδα, μέχρι την παραγωγή, τη χρήση και την ανακύκλωση. Αυτή η ολοκληρωμένη προσέγγιση 360° συνδυάζει τη βιωσιμότητα των προϊόντων, την τεχνολογική καινοτομία και τη μακροπρόθεσμη επιτυχία της εταιρείας. Η υγεία και η ευεξία εντάσσονται στη διαδικασία ανάπτυξης και ενσωματώνονται συστηματικά στις διαδικασίες και τα πρότυπα, καθιστώντας την ολιστική βιωσιμότητα έναν πραγματικό οδηγό για κάθε προϊόν BMW.

### **Η ποιότητα του αέρα στην καμπίνα και η επίδρασή της στην υγεία.**

Η ποιότητα του αέρα στην καμπίνα επιβατών αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την υγεία και την ευεξία. Οι εκπομπές από τα υλικά, καθώς και παράμετροι όπως η θερμοκρασία και η υγρασία, επηρεάζουν άμεσα τους επιβάτες. Κατά την επιλογή των υλικών για το εσωτερικό, το BMW Group δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην αποφυγή εκπομπών που θα μπορούσαν να είναι επιβλαβείς. Για περισσότερα από 25 χρόνια, η εταιρεία εφαρμόζει δικές της μεθόδους δοκιμών για τη μέτρηση και αξιολόγηση εκπομπών και οσμών στην καμπίνα, ενώ τα αποτελέσματα τοξικολογικών, υγειονομικών και αισθητηριακών μελετών ενσωματώνονται συνεχώς στα εσωτερικά πρότυπα, τα οποία το BMW Group μοιράζεται ενεργά σε διεθνείς οργανισμούς και φορείς τυποποίησης.

Στόχος είναι η καμπάνια να αναδύει ένα άρωμα αυθεντικό, διακριτικό και πολυτελές, ενισχύοντας την υπόσχεση υψηλής ποιότητας της μάρκας, με την σκόπιμη αποφυγή τεχνητών αρωμάτων.

### **Η σχέση της όσφρησης με το υποσυνείδητο.**

Το BMW Group δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην οσμή που αναδύεται από το εσωτερικό του οχήματος, καθώς αυτή επηρεάζει σημαντικά την υγεία και την ευεξία των επιβατών. Οι οσμές δρουν άμεσα στο μεταιχμιακό σύστημα του εγκεφάλου, προκαλώντας συναισθήματα και αναμνήσεις, ενώ συμβάλλουν στην υποκειμενική αίσθηση ασφάλειας. Ένα ευχάριστο και διακριτικό άρωμα αποτελεί, επομένως, αναπόσπαστο στοιχείο της εμπειρίας πολυτέλειας και έκφραση των φιλοδοξιών της μάρκας.

Το BMW Group αναγνωρίζει πλήρως την ευθύνη του για την υγεία των πελατών του. Η διαχείριση των οσμών στην καμπάνια αποτελεί, επομένως, αναπόσπαστο μέρος της ολιστικής προσέγγισης της βιωσιμότητας καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής του οχήματος.

### **Στα άδυτα του εργαστηρίου οσμών του BMW Group.**

Στο εργαστήριο οσμών του BMW Group, τα υλικά, τα εξαρτήματα και ολόκληρα εσωτερικά αυτοκινήτων υποβάλλονται σε δοκιμές υπό ρεαλιστικές συνθήκες. Η ανάλυση συνδυάζει σύγχρονες τεχνολογίες μέτρησης με την εξειδικευμένη αισθητηριακή αξιολόγηση των ειδικών του BMW Group, με τον άνθρωπο να παραμένει στο επίκεντρο της διαδικασίας. Αυτή η προσέγγιση εξασφαλίζει τη συμμόρφωση με τις νομικές απαιτήσεις και τα εσωτερικά πρότυπα ποιότητας. Η οσμή αντιμετωπίζεται ως στοιχείο μιας πολυαισθητηριακής, ολιστικής εμπειρίας: καθοριστική δεν είναι η επίδοση ενός μεμονωμένου εξαρτήματος, αλλά η συνολική αλληλεπίδραση όλων των υλικών στην καμπάνια, που διαμορφώνει τη συνολική οσφρητική εμπειρία.

### **Η υγεία και η ευεξία ως παράγοντες προϊόντικής βιωσιμότητας.**

Η νέα BMW i3 ενσαρκώνει μια φιλοδοξία που ισχύει για ολόκληρο το χαρτοφυλάκιο του BMW Group: πέρα από τη συνεπή στρατηγική μείωσης των εκπομπών άνθρακα καθ' όλη τη διάρκεια ζωής του οχήματος, το μοντέλο βασίζεται στη χρήση υψηλού ποσοστού δευτερογενών υλικών και καινοτόμων λύσεων σχεδιασμού για το εσωτερικό.

«Η υγεία και η ευεξία αποτελούν για εμάς αναπόσπαστο στοιχείο της

βιωσιμότητας των προϊόντων. Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες και η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση για θέματα υγείας αλλάζουν την οπτική μας για τους χώρους διαβίωσης – συμπεριλαμβανομένων και των αυτοκινήτων μας. Οι πελάτες μας περιμένουν προϊόντα που έχουν σχεδιαστεί με γνώμονα την υγεία και την ευεξία τους. Γι' αυτό η ποιότητα του αέρα στο εσωτερικό του οχήματος αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό των προϊόντων μας στο πλαίσιο της ολιστικής προσέγγισης για τη βιωσιμότητα», σημειώνει ο Nils Hesse, Αντιπρόεδρος Βιωσιμότητας Προϊόντων στο BMW Group.

- Τέλος Δελτίου Τύπου -

### **To BMW Group**

Με τις τέσσερις μάρκες του, BMW, MINI, Rolls-Royce και BMW Motorrad, το BMW Group είναι ο No. 1 premium κατασκευαστής αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο, ενώ παράλληλα προσφέρει premium χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και υπηρεσίες μετακίνησης. Το δίκτυο παραγωγής του BMW Group περιλαμβάνει πάνω από 30 εγκαταστάσεις παραγωγής σε όλο τον κόσμο. Η εταιρεία έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το 2025, το BMW Group πούλησε 2,46 εκατομμύρια αυτοκίνητα και περισσότερες από 202.500 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το οικονομικό έτος 2025 ήταν 10,2 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 133,5 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2025, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό 154.540 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογική και υπεύθυνη δράση. Η εταιρεία καθόρισε από νωρίς την πορεία της για το μέλλον και θέτει τη βιωσιμότητα και την αποδοτικότητα των πόρων στο επίκεντρο της στρατηγικής της κατεύθυνσης - από την αλυσίδα εφοδιασμού, μέχρι την παραγωγή, και το τέλος της φάσης χρήσης, για όλα τα προϊόντα της.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>

### **BMW Group Hellas**

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Διευθυντής Εταιρικής Επικοινωνίας

Τηλέφωνο: +30 210 9118151

e-mail: [konstantinos.diamantis@bmw.gr](mailto:konstantinos.diamantis@bmw.gr)