

Comunicato stampa N. 71/08

San Donato Milanese, 11 giugno 2008

La filosofia di design GINA del BMW Group

Mettere in dubbio ciò che è affermato, creare delle visioni

Un design riuscito desta dei desideri. Al fine di raggiungere questo obiettivo, una Casa automobilistica deve creare le premesse per consentire al cliente di vivere un rapporto intenso con la propria vettura. I designer non lavorano solamente sull'aspetto estetico ma cercano anche delle strade per promuovere o intensificare l'identificazione della persona con la propria automobile. Soprattutto i clienti del segmento premium cercano delle automobili che destano delle emozioni e consentono di esprimere lo stile personale. Il BMW Group Design persegue l'obiettivo di mettere il consumatore moderno e il suo desiderio di maggiore flessibilità e praticità al centro dello sviluppo di automobili nuove. La base la costituisce un concetto innovativo del BMW Group Design: GINA (Geometry and Functions In "N" Adaptions; geometria e funzioni in un numero N di interpretazioni) è un principio che aiuta il design automobilistico a conquistarsi dei nuovi livelli di libertà. GINA consente di creare dei prodotti con forme e funzioni dalle interpretazioni personalizzate, adatte alle varie esigenze dei loro futuri utilizzatori.

Nel 21° secolo il cliente affronta il processo di acquisto con decisione, delle esigenze chiaramente definite e delle idee personali: questo non vale solo per la scelta del mezzo di trasporto. La persona si lascia ispirare da idee e priorità che negli ultimi anni sono cambiate profondamente e si sono inoltre ampiamente diversificate. Questo trend continuerà in futuro. Già oggi il BMW Group affronta questa molteplicità di esigenze e di aspettative del cliente offrendo un portafoglio di prodotti notevolmente ampliato, maggiori possibilità di personalizzazione delle automobili e una produzione basata sulla domanda.

Il parametro di riferimento sono le esigenze del cliente del futuro

La filosofia GINA del BMW Group Design propone delle soluzioni per gestire con successo queste sfide anche in futuro. Il concetto esprime la disponibilità e la capacità del BMW Group Design di trasformare le esigenze del cliente in una parte integrale dello sviluppo automobilistico. Christopher E. Bangle, Responsabile di BMW Group Design, è certo: «Le richieste di personalizzazione dei nostri clienti arricchiranno il contesto dei nostri prodotti, cambiando anche l'immagine del settore». Le idee elaborate da Bangle consentono al team di BMW Group Design di sviluppare da oltre dieci anni delle soluzioni nuove e di avanguardia. Questi risultati destano nel cliente delle esigenze sempre nuove che ispirano a loro volta i designer a creare delle innovazioni.

GINA: geometria e funzioni in un numero N di interpretazioni

Grazie alla filosofia GINA, i designer e gli esperti dei reparti di sviluppo e di produzione possono analizzare la validità dei principi e dei processi di lavoro attualmente applicati ed esaminare le possibilità offerte per l'automobile del futuro senza dovere rispettare nessun criterio e applicando un alto numero di interpretazioni di un concetto. Questo include anche il mettere in dubbio dei principi apparentemente indiscutibili. Il tetto deve posare sempre sui montanti ed essere limitato da cristalli? È sicuro che la configurazione ideale dei sedili nell'abitacolo sia uno accanto all'altro? È indispensabile che tutte le funzioni

Società
BMW Italia S.p.A.

Società del
BMW Group

Sede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)

Telefono
02-51610111

Telefax
02-51610222

Internet
www.bmw.it
www.mini.it

Capitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.
MI 1403223

N. Reg. Impr.
MI 187982/1998

Codice fiscale
01934110154

Partita IVA
IT 12532500159

siano sempre visibili, anche quando non vengono utilizzate? Fino a che punto posso personalizzare la mia automobile? Esistono forse delle alternative alla pelle esterna rigida in acciaio o in materiale sintetico?

Queste domande generano delle risposte di avanguardia, a carattere inter-disciplinare e, conseguentemente, delle visioni sul futuro della mobilità individuale. Uno dei principi fondamentali della filosofia GINA è di includere nel processo creativo di design i potenziali offerti da materiali nuovi e da innovazioni nel campo della progettazione, così come il mettere in dubbio i processi di produzione e i materiali attualmente utilizzati. Degli impulsi preziosi provengono anche dall'agenzia di design attiva su scala globale BMW Group DesignworksUSA, un'affiliata di BMW Group che sfrutta nello sviluppo di materiali e nella produzione numerose esperienze raccolte in vari settori industriali che non fanno parte del comparto automobilistico.

Questa visione prevede che le soluzioni individuate non devono essere necessariamente adatte all'impiego nella produzione di serie; il loro fine primario è di orientare la creatività e la ricerca in direzioni nuove. In questo modo vengono sfruttati dei potenziali innovativi originariamente impensabili che vanno al di là dell'immagine futura degli autoveicoli. L'esame comprende i materiali e le strutture, come anche le funzioni e i processi produttivi. Il parametro di riferimento sono i possibili fabbisogni del cliente del futuro. Oltre all'estetica, la filosofia GINA comprende anche l'ergonomia, la funzionalità e tutti gli altri fattori che influenzano il rapporto emotivo del cliente con la propria autovettura.

Degli esempi di risposte visionarie vengono presentati da BMW Group con il vision model GINA Light. Per la prima volta è possibile comprendere, a titolo esemplare, le varie sfaccettature della filosofia GINA. Ad esempio, si riconosce come questo approccio potrebbe influenzare la costruzione futura di automobili. I limiti definiti dai materiali e dai processi produttivi attualmente in uso vengono proiettati nel futuro. Tutte le innovazioni presentate in questa vettura si basano su un'interpretazione variabile delle forme e delle funzioni, orientata alle esigenze momentanee e personali del guidatore o alle necessità impostate dalla situazione di guida. Sia nella pelle esterna che negli interni sono stati integrati numerosi componenti che si distinguono sia a livello estetico che funzionale dalle soluzioni tradizionali. Ad esempio, il vision model GINA Light si presenta con una pelle esterna quasi completamente esente da linee di unione, che si estende come un materiale tessile flessibile sopra una sotto-struttura mobile. Le varie funzioni vengono autorizzate solo al momento in cui sono necessarie. Grazie a questa interpretazione completamente nuova di una funzionalità e di una struttura note, il guidatore vive il suo rapporto con la vettura in modo completamente nuovo. La riduzione all'essenziale e l'adattamento ai desideri del guidatore intensificano la carica emotiva dell'automobile, raggiungendo così un obiettivo importante della filosofia GINA.

I concetti innovativi nascono dalle visioni

Già in passato, la strategia di esaminare con occhio critico quello che già esiste, di cercare delle possibilità nuove, ponendo sempre al centro del lavoro le esigenze e i desideri dell'utilizzatore, ha determinato in BMW Group una serie di concetti innovativi e il disegno di vetture di serie in una forma completamente nuova, mai realizzata da altre Case automobilistiche. Numerose innovazioni alle quali è stato attribuito un carattere quasi rivoluzionario si basano sulla filosofia GINA. Il cammino che porta dalla visione al prodotto di serie passa attraverso una serie di fasi in cui si concretizzano dei concetti futuristici.

Originariamente, le forme scolpite dello studio BMW X Coupé e il gioco di superfici concave e convesse che si ritrova nel design di vetture di serie sono derivati da visioni il cui potere innovativo risulta dalla libertà illimitata concessa nella ricerca di possibilità nuove nel disegno. In questo caso le caratteristiche naturali del materiale della pelle esterna sono state incluse intenzionalmente nel processo. Le superfici che si avvolgono su se stesse e l'estetica modellata degli elementi concavi e convessi, derivate dalle reazioni del materiale, sono state integrate nel design. Questo linguaggio sviluppato per lo studio della BMW X Coupé ha trovato la propria interpretazione più intensa nel design della BMW Z4.

La premessa per una realizzazione concreta di queste visioni è stato lo sviluppo di tecniche di produzione completamente nuove. Gli obiettivi definiti nella filosofia GINA sono stati realizzabili solo attraverso il ricco know-how degli ingegneri di produzione e la loro capacità di mettere in dubbio le metodologie tradizionali. Solo così è potuto nascere un linguaggio formale che ha arricchito l'estetica e l'espressività di un design che riflette la personalità del prodotto, ma anche i relativi metodi di produzione.

La versatilità di forme e funzioni ha un effetto sulle emozioni

Le visioni basate sulla filosofia GINA vengono realizzate anche nell'interior design delle concept car, ad esempio nello studio BMW Concept CS1 dell'anno 2002. Nell'abitacolo di questa automobile sono visibili solo gli elementi di comando e funzionali che il guidatore utilizza effettivamente. Una plancia portastrumenti flessibile rivestita di neoprene provvede ad attirare lo sguardo del guidatore solo sulla funzione rilevante per lui. Questa versatilità delle forme e delle funzioni basata sulla situazione momentanea genera un dialogo tra il guidatore e la vettura. L'utilizzo delle funzioni viene arricchito da un elemento emotivo perché il guidatore influenza l'immagine degli interni secondo i suoi desideri personali. L'utilizzo intelligente di un materiale flessibile consente di risparmiare dei complessi elementi meccanici. Al contempo, l'immagine versatile produce un'estetica naturale.

Un complemento perfetto che segue la filosofia GINA è il concetto di comando iDrive, presentato nella concept car CS1 ed entrato nel frattempo nella produzione di serie dei modelli BMW. Anche il concetto di comando iDrive si basa sul principio di spostare nel campo visivo del guidatore solo le funzioni importanti nella situazione di guida momentanea. Il cockpit si adatta alle richieste del guidatore e questa interazione rafforza l'esperienza emotiva nell'utilizzo della vettura.

Ampliamento ed integrazione delle funzionalità più importanti per il cliente

Uno dei principi della filosofia GINA è di mettere in dubbio le soluzioni esistenti al fine di ampliare il contesto e di offrire all'utilizzatore una gamma più completa di opzioni. Nel vano motore dello studio BMW Concept CS1 il coperchio del motore è stato sostituito da un materiale flessibile. Una superficie grafica mette a disposizione dell'utente delle informazioni sulla configurazione delle funzioni di servizio, mentre delle chiusure lampo integrate consentono di accedere in modo semplice alle aperture di rabbocco del liquido di raffreddamento o dell'acqua dei tergicristalli. Una serie di funzioni, come la copertura, l'orientamento e l'accesso per i lavori di manutenzione sono integrate in un componente unico. Questo determina una riduzione del numero di componenti e la tutela delle risorse naturali.

Nuove possibilità di aumentare la versatilità grazie al Rapid Manufacturing

Nell'ambito di una collaborazione interdisciplinare è stato sviluppato un processo per completare i componenti della pelle esterna prodotti in via tradizionale con delle linee di

precisione configurate individualmente e inserirli nuovamente nel processo di produzione. Nel processo di fabbricazione, la filosofia di design GINA viene combinata con il principio di Rapid Manufacturing che consente la realizzazione di singoli componenti in tempi incredibilmente rapidi, a costi convenienti e in modo personalizzato.

Questa combinazione è stata applicata per la prima volta nella produzione dei cofani motore della BMW Z4 Roadster e della BMW Z4 Coupé. Le loro linee caratteristiche vengono realizzate in un processo produttivo separato che varia notevolmente dalla lavorazione tradizionale delle lamiere. Le linee vengono punzonate nei cofani motore con una penna di acciaio guidata da un robot con la precisione di un millimetro. Questo processo apre la strada a forme di personalizzazione completamente nuove. Rapid Manufacturing genera l'opzione di realizzare le richieste del cliente nel disegno di elementi della carrozzeria o di altri componenti, nell'ambito di un campo predefinito dai designer.

Dei materiali e dei processi di produzione nuovi consentono un'estetica naturale

Un altro esempio di un design rivoluzionario, basato su una visione, è costituito dalla superficie del cockpit della BMW Concept Coupé Mille Miglia 2006, caratterizzato dall'Industrial Origami. In questo cockpit sono state realizzate delle soluzioni che riflettono diversi motivi centrali della filosofia GINA. Il numero di componenti nettamente inferiore a quello di un cockpit tradizionale e dei metodi completamente nuovi di abbinamento dei vari materiali hanno fornito degli impulsi preziosi per sviluppare delle tecniche di produzione innovative. Puntando intenzionalmente sul know-how e sulle capacità artigianali di personale altamente specializzato è stato possibile tradurre queste visioni in rappresentazioni concrete.

Ma gli approcci innovativi che concretizzano queste visioni si ritrovano anche nel design esterno delle concept car. Originariamente, le forme scolpite con il gioco di superfici concave e convesse presentate per la prima volta nello studio BMW X Coupé e introdotte nel frattempo nelle vetture di serie (per la prima volta nella BMW Z4) sono il risultato di visioni il cui potere innovativo deriva dalla libertà illimitata nella ricerca di nuove soluzioni di design. Nella definizione della forma si è adottato intenzionalmente l'interazione tra "splines" come linee caratteristiche e l'andamento naturale di superfici tese concave e convesse.

Nella lavorazione dei materiali degli interni i designer della BMW Mille Miglia Concept Coupé si sono lasciati ispirare dalla tecnica tradizionale giapponese di piegatura della carta. Attraverso dei processi speciali di taglio al laser e di piegatura, delle lamiere bidimensionali V2A sono state trasformate in una stabile struttura tridimensionale. Le risultanti linee di unione sono state utilizzate per integrare ad esempio delle funzioni di aerazione, senza dovere montare degli elementi supplementari nel cockpit. Il risultato è una soluzione innovativa che si distingue per un'estetica naturale e la quale è realizzabile ricorrendo a un basso numero di utensili.

Il principio GINA: la priorità viene data alle soluzioni sostenibili

Gli obiettivi della filosofia GINA comprendono anche la ricerca sulla sostenibilità nelle sue varie sfaccettature. Nello studio di materiali e di tecniche di produzione nuovi viene data la preferenza alle soluzioni che contribuiscono ad abbassare il consumo di materie prime e di energia. Inoltre, un guadagno ulteriore a livello ecologico ed economico risulta dalla riduzione dei componenti e dei cicli produttivi. Al fine di rispettare la sostenibilità sociale, si cercano dei metodi di produzione che sostituiscono degli utensili produttivi costosi con il know-how di personale altamente qualificato.

Grazie alla ricerca di materiali nuovi, all'esame di processi produttivi innovativi che richiedono pochi utensili come il Rapid Manufacturing e al desiderio di mettere permanentemente in dubbio le soluzioni esistenti, il BMW Group dispone già di numerosi mezzi per attuare la filosofia GINA in modo affascinante anche per il cliente. I progetti di ricerca come il vision model GINA Light dimostrano che i principi della filosofia GINA assicurano ai designer la massima libertà creativa. Questa libertà viene sfruttata per individuare delle soluzioni che offrono al cliente delle possibilità nuove di variare le forme e le funzioni secondo le esigenze personali e la situazione di guida momentanea. Nascono così degli approcci innovativi che si traducono in realtà per la prima volta nelle concept car, per fornire successivamente degli impulsi allo sviluppo di vetture di serie.

In questo modo dalle visioni nascono dei prodotti nei quali l'interazione tra il guidatore e la vettura si estende al di là delle possibilità di personalizzazione attualmente note. Grazie alla filosofia GINA, il BMW Group Design intende promuovere questa interazione e estenderla ulteriormente, così da consentire un rapporto emotivo più intenso possibile tra il guidatore e l'automobile.

Infine, utilizzando in modo consapevole e parsimonioso le risorse naturali nei prodotti e nel loro sviluppo, il principio GINA contribuisce alla sostenibilità delle generazioni automobilistiche future. La filosofia GINA si assicura la propria giustificazione attraverso una maggiore considerazione dei problemi sociali nel processo di sviluppo e delle esigenze specifiche dei clienti.

Per ulteriori informazioni contattare:

Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Telefono: 0251610294 Fax 02516100294
E-mail: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com - <http://bmw.lulop.com>