



Comunicato stampa N. 153/13

San Donato Milanese, 23 ottobre 2013

La strada per il successo costruita con passione. Un ritratto di Edgar Heinrich

Monaco. Nato a Freising, vicino Monaco, Edgar Heinrich è diventato Capo del Design di BMW Motorrad nel Giugno 2012. Il designer industriale supervisiona ogni aspetto della progettazione di tutte le motociclette e degli accessori BMW Motorrad. Essendo appassionato di motori, Heinrich aspira a creare la perfetta simbiosi tra il pilota e la macchina in ogni nuovo modello. A tal fine, egli studia con rigore le dimensioni di ogni motocicletta, la scelta dei materiali, la disposizione, il design dei dettagli tecnici adattandoli alle esigenze del segmento preso in considerazione e l'esperienza individuale di guida.

Educazione e carriera: la passione è un continuum

Heinrich ha sviluppato la passione per il disegno e la progettazione degli aspetti della mobilità tecnica in giovane età. Si è interessato soprattutto al design delle motociclette e al settore dei veicoli commerciali e, durante il periodo scolastico, lo si poteva trovare a lavorare, tra le altre cose, su schizzi di "rally tanks", veicoli ispirati alle Formula Uno con cingoli, e particolari macchine, conosciute come "walkers". Oltre al design dei veicoli, su di lui esercitava un fascino particolare anche l'opera di ingegneria degli stessi. A 15 anni gli piaceva ricostruire motori e vetture insieme a suo fratello, e a 17 anni ha iniziato a prendere lezioni di guida per le motociclette. A quell'età possedeva già una propria moto, una Suzuki T250.

Dopo la fine della scuola, ha studiato architettura a Rosenheim, dove ha potuto affinare le sue tecniche di disegno. Tuttavia, durante un viaggio a Monaco di Baviera, ha scoperto il corso di design industriale dell'università di Monaco – e ha prontamente deciso di cambiare il suo percorso di studi. Edgar Heinrich è entrato a far parte di BMW Motorrad nel 1985, subito dopo la laurea in design industriale. Ma il suo percorso verso la società ha avuto, ancora una volta, una svolta improvvisa. Heinrich stava cercando uno sponsor che gli potesse fornire alcune parti di una motocicletta per la sua tesi di laurea. In contrasto con i suoi compagni di corso, i cui progetti prevedevano la realizzazione di modelli in miniatura di diversi prodotti, Heinrich decise di creare una vera e propria moto, da egli stesso progettata, saldata e assemblata nel garage dei suoi genitori. Il suo progetto fu un successo e BMW Motorrad non solo gli diede libero accesso ai materiali, ma lo invitò a presentare personalmente la sua motocicletta a Klaus Volker Gevert, Capo del Dipartimento del Design. Poco tempo dopo, gli è stato offerto un contratto freelance e un anno più tardi è entrato a far parte del design team di BMW Motorrad su base permanente. L'appassionato disegnatore e artigiano è rimasto fedele a BMW da allora in avanti – con l'eccezione di un breve periodo al Bajaj Auto Ltd. a Pune, in India, dal 2009 al 2012. Egli ha infatti trascorso gran parte della sua vita lavorativa in BMW – passando da junior designer a senior designer grazie alla laurea conseguita nel 1992; nel 2005 gli venne conferito l'incarico di Capo del Design delle motociclette, per assumere poi la completa responsabilità del design nel 2012.

La sua filosofia: le forme seguono le emozioni

Per Edgar Heinrich le motociclette rappresentano molto di più di una mera forma di mobilità; al di là di una reale esperienza di guida, esse riflettono uno stile di vita personale. Il punto focale del design di una moto è anzitutto il pilota. Heinrich attribuisce

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

particolare importanza alla sperimentazione a livello emotivo di ogni nuovo tipo di progetto ed è per questo che, oltre a osservarlo da tutte le angolazioni, prova di persona le moto per testare la seduta, la postura e la sensazione generale. Un altro fattore importante agli occhi di Heinrich è lo sviluppo degli accessori e dell'equipaggiamento appropriati per il segmento di riferimento.

A differenza delle macchine, le motociclette sono costituite da numerosi e visibili dettagli tecnici. Ecco perché gli ingegneri e i progettisti di BMW Motorrad lavorano insieme fin dalla nascita del progetto di una nuova moto. Ai progettisti si richiede una comprensione estremamente solida e una conoscenza dettagliata del funzionamento di una motocicletta. Heinrich focalizza la sua attenzione sulla visualizzazione autentica delle caratteristiche del prodotto, nella convinzione che gli aspetti tecnici ed estetici debbano essere uniti in una singola composizione. Ogni dettaglio, dalla vite più piccola alle dimensioni del serbatoio, gioca un ruolo nella definizione di un'impressione globale coerente. Tra i molti modelli che sono stati creati sotto la sua guida, ci sono il boxer sportivo BMW R 1200 S, la naked iconica BMW K 1200 R e l'enduro da viaggio BMW R 1200 GS. Lo sviluppo dei vari modelli HP e delle motociclette da enduro, accanto alla normale gamma, hanno rappresentato una sfida stimolante.

Il suo metodo: lavoro di squadra, basato sull'esperienza

Edgar Heinrich ha imparato il suo mestiere partendo dal basso, arrivando fino al Design di BMW Motorrad. Grazie alla sua esperienza, ha acquisito familiarità con il processo lavorativo e con le sfide che il design team deve affrontare, sa quanto tempo occorre per pianificare ogni attività e come i briefing sul design debbano essere formulati. Questo livello integrato di conoscenza base gli fornisce le fondamenta per il lavoro di partnership tra lui e il suo team di 30 persone.

Heinrich è un convinto sostenitore del rapporto diretto nell'ambito lavorativo. Può identificare immediatamente se uno schizzo si sta dirigendo nella destinazione desiderata o se si sta allontanando troppo dal briefing, e ciò gli permette di guidare il suo team con idee e input durante il processo creativo della progettazione. La sua più grande passione consiste nel creare le forme iniziali e nel selezionare e organizzare i materiali per i singoli dettagli tecnici. Heinrich non è solo un esperto del suo campo, ma è anche uno stratega magistrale che cerca sempre di infondere la perfetta armonia di emozioni, innovazioni tecniche, garanzia del marchio e appeal estetico in ogni progetto.

Personalmente parlando

Edgar Heinrich descrive le motociclette come "il più grande accessorio che si possa indossare", poiché la scelta del veicolo dice tutto del suo pilota. Quando va in vacanza, la moto è il suo mezzo di trasporto preferito. Nei suoi viaggi gli piace scoprire le differenze culturali, soprattutto tra le culture motociclistiche. Ad Heinrich piace molto guidare in Italia, dove percepisce la perfetta combinazione di itinerari emozionanti, bel tempo, ottimo cibo e tesori culturali dietro ad ogni angolo. L'architettura delle chiese italiane e i gloriosi dipinti Rinascimentali suscitano un particolare fascino su di lui. Di solito, per i suoi viaggi, predilige le moto enduro della gamma GS e in generale gli piace tutto quello che ha "pneumatici invernali" – vale a dire enduro, scramblers, moto da trial, moto da rally e macchine progettate per esplorare il deserto. La sua passione si estende anche alla ricostruzione delle moto; ha creato una collezione di 16 motociclette, per lo più personalizzate o vintage, che egli stesso ha restaurato. Edgar Heinrich sarebbe felice di vivere in un grande garage, in modo da poter fare del caffè e cambiare l'olio ad una moto allo stesso tempo. Egli vive vicino a Monaco con sua moglie e i suoi tre figli.

BMW Group

Corporate Communications

Per ulteriori informazioni contattare:

Andrea Frignani
BMW Group Italia
Coordinatore Comunicazione e PR Motorrad
Telefono: 02/51610780 Fax: 02/51610 0416
E-mail: Andrea.Frignani@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com

Il BMW Group

Il BMW Group è tra i produttori di automobili e motocicli di maggior successo al mondo, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 28 stabilimenti di produzione e montaggio in 13 paesi e ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2012, il BMW Group ha venduto quasi 1,85 milioni di automobili e oltre 117.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2012 è stato di 7,82 miliardi di Euro con ricavi pari a 76,85 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2012, il BMW Group contava 105.876 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmw.group.com>