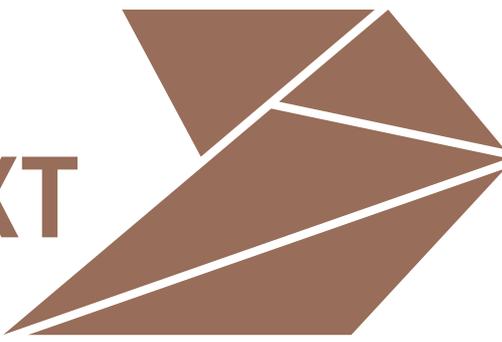


**THE NEXT
100 YEARS** 

Embargo: 7 marzo 2016, 12:30 CET.

**BMW Group:
THE NEXT 100 YEARS.**

Índice.

1. Focalizzati sul futuro: esperienze future e pietre miliari della storia di BMW Group.	2
2. BMW Group THE NEXT 100 YEARS. il centenario.	7
• Il leitmotiv del centenario e la nuova BMW Group Corporate Identity.	
• Centenary Event: il 7 marzo 2016 evento inaugurale del centenario.	
• Trasmissione dal vivo del Centenary Event per i dipendenti di tutto il mondo.	
• “Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience“.	
• Due mostre e un festival.	
• Edizione speciale di BMW Group in occasione del centenario	
3. L’immagine del futuro di BMW Group: trasformazione e visioni.	13
4. BMW VISION NEXT 100: come si presenterà il piacere di guidare del futuro?	18

Contenuto delle chiavette USB: testo stampa in tedesco, inglese, francese, spagnolo, italiano, ulteriori testi e materiale fotografico. Ulteriori informazioni, footage TV, contatti stampa:

www.press.bmwgroup.com

1. Focalizzati sul futuro: esperienze future e pietre miliari della storia di BMW Group.

Sin dalla sua fondazione nel 1916, BMW Group gioca un ruolo decisivo nella definizione della mobilità del futuro. Nel corso di questo processo l'azienda si reinventa continuamente. L'evoluzione che ha vissuto e che l'ha trasformata in un'impresa di servizi premium di mobilità è senza pari. Decisioni e prodotti innovativi del passato caratterizzano ancora oggi l'azienda. Nel corso della storia dell'azienda sono numerosi i momenti particolari, le decisioni e i prodotti che dimostrano come l'attività focalizzata sul futuro sia da sempre nel dna di BMW Group.

Alcuni momenti fondamentali della storia aziendale:

Presentazione della BMW R32 – fondamentale per tutto il comparto.

Una delle prime pietre miliari fu il lancio della BMW R 32 nel 1923. La motocicletta non era semplicemente il primo prodotto a due ruote con l'emblema bianco/blu del marchio applicato sul serbatoio. Già all'epoca, con il primo veicolo costruito l'azienda dimostrò il coraggio di non seguire semplicemente le orme degli altri ma di presentare un progetto sviluppato con coerenza partendo dal motore. Questo non definì solo lo stile della futura produzione motociclistica di BMW, ma esercitò una forte influenza su tutto il settore.

“Born Electric”: lancio del brand BMW i – BMW Group marca l'inizio di un'era nuova.

Anche 90 anni dopo, nel 2013, BMW Group ha dimostrato di disporre della capacità e della forza di ripensare e ridisegnare radicalmente la mobilità. Born Electric: con l'esordio sul mercato della BMW i3 ad azionamento esclusivamente elettrico, BMW Group marca l'inizio di un'era nuova. L'architettura della BMW i3, con un abitacolo in leggero carbonio e il sottostante chassis in alluminio, è stata sviluppata completamente ex novo, così da soddisfare le richieste particolari della mobilità elettrica.

Presentazione della BMW 328: simbolo delle caratteristiche che contraddistinguono ancora oggi il marchio BMW: dinamismo, estetica e innovazione.

La presentazione della BMW 328 sul Nürburgring nel giugno del 1936 ha influenzato le ambizioni sportive del marchio, all'epoca ancora giovane, fino agli anni Sessanta. Il successo della BMW 328 era il risultato dei suoi parametri costruttivi: applicazione coerente dell'ingegneria dei materiali leggeri, ripartizione ideale dei pesi, andamento aerodinamico delle linee, motorizzazioni ottimali e una tenuta di strada perfetta, ottenuta dalla taratura di precisione dell'assetto. La BMW 328 creò le basi per una nuova interpretazione dell'automobile: solo in combinazione con la taratura ottimale di tutti i parametri e la massima efficienza la potenza determina il successo. Già all'epoca la BMW 328 rinchiudeva in sé quelle caratteristiche che contraddistinguono ancora oggi il brand BMW: dinamismo, estetica e innovazione.

Lancio della “Neue Klasse” con la BMW 1500: la pietra miliare di un nuovo segmento automobilistico.

Sia nel comparto motociclistico che automobilistico BMW ha dimostrato sempre di avere il fiuto per i prodotti giusti al momento giusto, così che alcuni prodotti hanno definito le basi di segmenti completamente nuovi. Per esempio, la “Neue Klasse” (“Nuova Classe”) della BMW 1500 all'inizio degli anni Sessanta creò il segmento della berlina amilare sportiva. Oggi, tutti i produttori premium sono rappresentati in questa categoria.

Con la R 80 G/S nasce un nuovo concetto motociclistico.

Alla fine degli anni Settanta, quando la divisione motociclistica di BMW dovette affrontare la concorrenza dall'Estremo Oriente, i progettisti sorpresero il mercato con un concetto di motocicletta completamente nuovo: all'epoca, la R 80 G/S fu la prima e unica moto fuoristrada di grossa cilindrata che offriva anche le caratteristiche di guida di una motocicletta stradale. La “GS” creò le basi di una delle categorie motociclistiche attualmente più popolari: l'enduro da viaggio.

BMW X5: esordio del primo “Sports Activity Vehicle”.

Ma questo concetto non prometteva successi solo su due ruote. Nel 1999 il mondo dell'automobile distingueva ancora tra autovetture per la guida stradale e veicoli off-road per la guida fuoristrada. Nel gennaio del 1999, BMW presentò al Detroit Motor Show la propria interpretazione di una vettura con posizione di seduta leggermente

rialzata, caratteristiche di guida dinamiche e trazione integrale. Il focus sportivo della BMW X5, costruita nello stabilimento BMW di Spartanburg, negli USA, si rifletteva nel nome SAV (Sports Activity Vehicle).

Fondazione della Motorsport GmbH: il progenitore della BMW M GmbH.

Oltre ai prodotti sono state una serie di decisioni d'importanza fondamentale a creare le basi del successo dell'azienda. A titolo esemplare sia ricordata la costituzione della Motorsport GmbH nel 1972. Ma il management non si accontentava del fatto che successi nel motorsport assicuravano all'azienda e ai suoi prodotti un'immagine positiva. La competizione non doveva causare solo dei costi ma doveva apportare un contributo fondamentale, attraverso la costruzione di automobili ad alte prestazioni, al rifinanziamento delle attività di motorsport. Fino ad oggi i modelli della M GmbH contribuiscono, sia come fattore economico che d'immagine, al grande successo aziendale.

Inaugurazione del FIZ: il Centro di ricerca e innovazioni di BMW Group.

I prodotti innovativi di BMW Group nascono in un centro innovativo: grazie alla propria pianta a forma di nido d'ape e alle distanze corte, il FIZ, inaugurato nel 1990, ha ottimizzato la collaborazione tra tutti i reparti che contribuiscono alla progettazione automobilistica. Nel FIZ gli ingegneri, organizzati in moderni "team di progetto di sviluppo", sono in grado di comunicare con maggiore efficienza e di discutere eventuali problemi direttamente davanti al primo prototipo. Ma anche i designer che lavorano nel FIZ rivedono sin dall'inizio le loro bozze continuamente con gli ingegneri. Questo processo di sviluppo concentrato all'interno del FIZ, che dalla fine degli anni Novanta porta il nome "Forschungs- und Innovationszentrum" (Centro di ricerca e d'innovazioni; n.d.t.), ha dimostrato la propria validità nel corso di molti anni e viene permanentemente ottimizzato. Per esempio, il Centro prove aerodinamiche (Aerodynamisches Versuchszentrum / AVZ), inaugurato nel 2009, viene considerato un punto di riferimento su scala mondiale. BMW pianifica già l'ampliamento per un nuovo FIZ entro il 2050.

BMW Group si assume la propria responsabilità.

Nel corso della propria storia, BMW Group non ha riscosso solo grandi successi ma ha dovuto affrontare ripetutamente profonde crisi e grandi sfide:

1930 – 1940.

Sotto il regime nazionalsocialista degli anni Trenta e Quaranta, BMW AG si trasformò in un gruppo industriale che produceva esclusivamente materiale bellico. Per far fronte all'aumento della domanda, nella produzione BMW di motori per aerei vennero utilizzati anche detenuti condannati ai lavori forzati, carcerati e prigionieri dei campi di concentramento. Oggi l'azienda si rincrezza profondamente per la grande sofferenza umana e il destino dei condannati ai lavori forzati. Con la pubblicazione presentata nel 1983 "BMW eine deutsche Geschichte" ("BMW una storia tedesca"; n.d.t.) BMW AG è stato il primo gruppo industriale tedesco a promuovere un dibattito pubblico su questo capitolo storico. Sono seguite numerose altre pubblicazioni. L'azienda affronta esplicitamente il proprio passato e dal 1999 è membro fondatore della Fondazione "Erinnerung, Verantwortung, Zukunft" ("Memoria, responsabilità, futuro"; n.d.t.) che persegue l'obiettivo di indennizzare gli ex condannati ai lavori forzati. Dagli anni Novanta BMW Group promuove attivamente lo spirito aperto, il rispetto e la comprensione tra le culture (ulteriori informazioni relative all'impegno sociale e interculturale di BMW Group:

<https://www.bmwgroup.com/en/responsibility/corporate-citizenship/culture.html>).

9 dicembre 1959.

Gli inizi nel periodo postbellico furono difficili per i Bayerischen Motoren Werke. In pieno "miracolo economico" degli anni Cinquanta, una profonda crisi aziendale portò quasi alla perdita dell'indipendenza di BMW AG attraverso la vendita al concorrente Daimler-Benz. Nel corso di una drammatica assemblea generale, che si tenne il 9 dicembre 1959, i piccoli azionisti e i concessionari BMW scongiurarono questi piani. Uno degli azionisti che deteneva una quota maggiore dell'azienda, l'industriale Herbert Quandt, fu affascinato dalla fiducia che azionisti e concessionari nutrivano nei confronti dell'azienda BMW e cercò una soluzione alla crisi. Questa venne elaborata nel corso di colloqui comuni con il consiglio direttivo e i rappresentanti dei lavoratori. Delle analisi dettagliate dimostravano che per i Bayerische Motoren Werke il futuro era promettente. L'impegno di Herbert Quandt e della sua famiglia assicura fino ad oggi l'indipendenza di BMW AG.

Ma anche nella fase finale della crisi del petrolio, all'inizio degli anni Settanta, o in occasione dell'acquisizione senza successo della Rover, negli anni Novanta, l'azienda ha dimostrato di disporre della forza e della tenacia necessaria per uscire più forte da situazioni difficili.

I marchi formano il carattere dell'azienda.

Attraverso l'ampliamento del core-brand BMW, il nuovo orientamento dell'azienda dopo il momento di crisi nel 1959 e la costituzione del ramo Motociclette, BMW Group ha dimostrato ripetutamente di disporre di una forte coscienza per il marchio. Grazie al rinnovo dal punto di vista tecnico, negli anni 2001 e 2003 l'azienda ha ripristinato il successo dei brand britannici MINI e Rolls-Royce. Da allora, grazie allo sviluppo continuo dei propri marchi BMW, BMW Motorrad e Rolls-Royce, BMW Group detiene una forte posizione nel segmento premium. "L'azienda è cresciuta continuamente e, in parte, si è completamente reinventata. Questo sarà così anche in futuro", illustra Harald Krüger, Presidente del Board di BMW AG.



2. BMW Group THE NEXT 100 YEARS: il centenario.

Il leitmotiv del centenario e la nuova BMW Group Corporate Identity.

BMW Group celebra il proprio centenario di fondazione dell'azienda con il motto THE NEXT 100 YEARS. Da sempre, azioni orientate al futuro che hanno influenzato anche lo sviluppo dell'intero settore hanno caratterizzato l'immagine di BMW Group. Per questo motivo, nell'anno del proprio centenario BMW Group punta lo sguardo soprattutto verso il futuro. Questa aspirazione si rifletta anche nella corporate identity di BMW e nel sito web nuovo.

La sigla della nuova Corporate Identity di BMW Group esprime proprio questo orientamento verso il futuro. Essa è composta da quattro triangoli che si uniscono, formando una freccia che simbolizza l'orientamento dell'azienda verso il futuro e il progresso. I quattro elementi della sigla rappresentano i quattro pilastri che sono gli attributi che descrivono i principi di BMW Group: responsabilità, fiducia, spirito pionieristico e successo. Essi riflettono inoltre la versatilità dell'azienda e dei suoi marchi, ma anche la varietà dei propri collaboratori.

Il sito web del Gruppo BMW www.bmwgroup.com è stato aggiornato con delle nuove funzioni e contenuti, che offrono un' ampia selezione delle più recenti comunicazioni online.

Centenary Event: il 7 marzo 2016 evento inaugurale del centenario.

Il 7 marzo 2016, il giorno in cui cento anni fa l'attuale BMW AG venne iscritta nel registro commerciale, marca l'inizio ufficiale delle attività che accompagneranno la celebrazione del centenario di BMW Group.

Nella mattinata del 7 marzo la nuova BMW Group Classic aprirà per la prima volta le proprie porte. La nuova BMW Group Classic riceverà nella Moosacher Strasse 66, il luogo in cui iniziò il futuro di BMW Group, i rappresentanti della stampa internazionale a una conferenza stampa dedicata al centenario.

Nel pomeriggio del 7 marzo circa 2.000 ospiti del mondo dell'economia, della politica, della ricerca della società e dei media, nonché concessionari, fornitori e dipendenti selezionati saranno accolti nella Olympiahalle di Monaco di Baviera. Una rappresentazione multimediale accompagnerà gli ospiti attraverso i momenti più significativi della storia dell'azienda, fino alle varie interpretazioni della mobilità premium di domani che culmineranno nella première della vettura visionaria del core-brand BMW: la BMW VISION NEXT 100.

Trasmissione dal vivo del Centenary Event per i dipendenti di tutto il mondo.

Il successo di BMW Group sarebbe impensabile senza l'impegno dei propri dipendenti. Nella sua qualità di azienda attiva su scala globale, BMW Group ha in tutto il mondo oltre 122.000 addetti in 140 siti. Quasi tutte le collaboratrici e i collaboratori potranno seguire dal vivo, nell'ambito di manifestazioni locali nei vari siti di BMW Group, la rappresentazione nella Olympiahalle. Oltre al live-streaming, in numerosi mercati si terranno anche manifestazioni locali nell'ambito del centenario. Un'esperienza assolutamente eccezionale per i dipendenti che lavorano nella zona di Monaco di Baviera sarà la trasmissione dal vivo nell'Allianz Arena, in presenza di oltre 30.000 persone. Un elemento saliente della manifestazione inaugurale per tutti i dipendenti è il simbolo del dipendente che si formerà subito all'inizio della rappresentazione, composto da numerose foto ritratto dei collaboratori di tutto il mondo, previamente inviate.

“Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience”.

Dopo l'evento inaugurale del 7 marzo 2016 la BMW VISION NEXT 100 partirà per un simbolico World Tour che la porterà in Cina, in Inghilterra e negli Stati Uniti.

L'anteprima asiatica avrà luogo a Pechino. La tappa successiva sarà Londra, dove verranno presentate le vetture visionarie di BMW Group dei brand MINI e Rolls-Royce, entrambi di casa in Gran Bretagna.

A Los Angeles, Stati Uniti, l'ultima stazione del “Iconic Impulses.”, il veicolo visionario di BMW Motorrad completerà il quartetto dei marchi. BMW Group genera gli impulsi della mobilità del futuro: questo viene sottolineato dal concetto e dal titolo “Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience”.

Il concetto di mostra itinerante presenta l'immagine olistica sviluppata da BMW Group della mobilità individuale premium del futuro. BMW Group continuerà a creare con i propri marchi delle esperienze positive, fortemente emozionanti e personalizzate, per i propri clienti. Il visitatore riconosce in BMW Group un'azienda che persegue l'obiettivo di essere sempre all'avanguardia, con dei brand che anche in futuro saranno sia emozionanti che attraenti. L'immagine del futuro elaborata ha un orizzonte molto più ampio di soluzioni a breve termine e disegna un'anteprima dei trend futuri, ricca d'ispirazione e di sfaccettature differenti, che influenzeranno non solo il settore automobilistico ma tutta la nostra vita giornaliera.

BMW Group illustrerà i seguenti temi:

- le chances della digitalizzazione e dell'interconnessione digitale
- l'influsso della tecnologia sul nostro mondo del lavoro e sul nostro ambiente di vita
- il concetto di sostenibilità di BMW Group
- l'impegno sociale di BMW Group

Dati del “Iconic Impulses. The BMW Group Future Experience”

Pechino (dal 5 al 15 maggio) – prima in Asia BMW VISION NEXT 100

Londra (dal 16 al 26 giugno) – prima mondiale veicoli visionari MINI und Rolls-Royce

Los Angeles (dall'11 al 16 ottobre) – prima mondiale veicolo visionario BMW Motorrad

Parallelamente alle esposizioni, nel corso del “Iconic Impulses.”, BMW Group inviterà selezionati target-group a partecipare a dialoghi tra stakeholder. L'obiettivo è di favorire soprattutto lo scambio d'idee tra rappresentanti esterni dei settori più vari ed esperti e talenti dell'azienda. Insieme, discuteranno e delinearanno temi attinenti alla mobilità del futuro.

Due mostre e un festival.

Mostra sul futuro nel Doppio Cono del BMW Welt.

I temi centrali trattati nelle stazioni di “Iconic Impulses.” a Pechino, Londra e Los Angeles potranno essere seguiti anche a Monaco nell’ambito di un’installazione permanente. La mostra sul futuro organizzata nel Doppio Cono del BMW Welt sarà inaugurata il 22 marzo e arricchirà di un ulteriore emozionante evento saliente il BMW Welt che conta ogni anno oltre tre milioni di ospiti.

Mostra a temi alternanti sui momenti più famosi della storia dell’azienda: “100 Opere d’arte” nel Museo BMW.

Nella mostra a temi alternanti “100 Opere d’arte”, BMW Group e i suoi marchi presenteranno in occasione del centenario 100 pietre miliari storiche. La mostra verrà inaugurata il 10 marzo. Icone automobilistiche come la BMW 328, la BMW 507 e la BMW Turbo racconteranno la loro storia. Inoltre, nell’esposizione, uno spazio speciale sarà dedicato alle decisioni imprenditoriali più importanti.

BMW Festival – THE NEXT 100 YEARS: l’evento principale del core brand BMW dedicato ai dipendenti, al pubblico interessato, ai fan e agli amici del marchio.

Dal 9 all’11 settembre avrà luogo a Monaco di Baviera il BMW Festival – THE NEXT 100 YEARS. L’evento si terrà nell’area dell’Olympiapark, inclusi lo Stadio olimpico, la Olympiahalle e la Parkharfe. Inoltre, saranno coinvolti anche il Museo BMW, il BMW Welt e l’area intorno al Quattro Cilindri BMW. Alla sera, il programma della giornata sarà coronato dalla BMW Festival Night. La prima serata sarà dedicata in esclusiva ai dipendenti BMW, quella successiva sarà aperta anche al pubblico. Sul posto saranno presenti personalità famose, si esibiranno nomi della musica di fama internazionale e famosi DJ provvederanno all’atmosfera da festival (ulteriori informazioni relative al BMW Festival: www.bmw-festival.de).

Edizione speciale di BMW Group in occasione del centenario.

Complessivamente 13 volumi informano il lettore sulla storia dell’azienda e su temi centrali del futuro. La raccolta è una composizione di saggi, di reportage, di studi e d’interviste a esperti e riflette contemporaneamente la varietà di BMW Group e dei suoi marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad.

Volume 1 “Back to the Future”.

L'opera “Back to the Future” (“Ritorno al futuro”; n.d.t.) disegna l'immagine dell'azienda: dal primo motore aereo fino al comeback di successo dei marchi MINI e Rolls-Royce.

Volume 2 “Road Trips – Journeys to the Places where the Future has already arrived”.

Nel volume “Road Trips – Journeys to the Places where the Future has already arrived” (“Viaggi nel tempo”; n.d.t.) le icone della storia dei prodotti attraversano importanti regioni future.

Volume 3 “Where is the BMW Group Headed?”

In “Where is the BMW Group Headed?” (“Che cosa ne sarà di BMW Group?”; n.d.t.) voci esterne e interne discutono in vari saggi come potrebbe e dovrebbe svilupparsi l'azienda.

Volume 4 “Fast & Curious”.

“Fast & Curious“ illustra con un pizzico d'ironia da Icaro a Knight Rider e la BMW telecomandata di James Bond l'ampia varietà delle visioni future di mobilità.

Volume 5 “Where do we go from here?”

“Where do we go from here?” (“Dove andiamo?”; n.d.t.) è un atlante compatto ricco di cartine e grafici dettagliati che visualizza gli sviluppi del mondo di domani.

Volume 6 “The End of the World was Yesterday”

Il titolo “The End of the World was Yesterday” (“La fine del mondo ha avuto luogo ieri”: n.d.t.) offre al lettore una collezione di saggi scientifici relativi a visioni future.

Volume 7 “Out of the box”.

“Out of the box“ a sua volta presenta fatti sorprendenti, scoperti negli archivi di BMW Group.

Volume 8 “Gallery 2116”.

Famosi illustratori interpretano in “Gallery 2116” la mobilità futura con la punta della loro matita, creando così una varietà futurista di colorati mondi di fantascienza.

I volumi da 9 a 12 raccontano il processo di genesi della vetture visionarie di BMW Group.

Volume 13 “Talking about Tomorrow”.

Nel volume “Talking about Tomorrow” (“Colloqui sul domani”; n.d.t.) personalità del mondo politico, economico e scientifico si esprimono su importanti temi del futuro.

In occasione dell’inaugurazione del centenario il 7 marzo 2016 l’edizione speciale, che comprenderà inizialmente nove volumi, sarà consegnata in esclusiva a una cerchia limitata di persone. Successivamente, l’edizione speciale verrà completata dai volumi sulle altre vetture visionarie e da un volume intitolato “Talking about Tomorrow” (“Colloqui sul domani”; n.d.t.). A partire dall’autunno 2016 la pubblicazione completa potrà essere acquistata in un tomo unico come edizione limitata.

3. L'immagine del futuro di BMW Group: trasformazione e visioni.

Nel scegliere il leitmotiv THE NEXT 100 YEARS BMW Group ha dato intenzionalmente la preferenza a un paradosso: non esiste scienziato, uomo politico o stratega economico in grado di prevedere i prossimi 100 anni. Quello che però esiste sono previsioni di fonti serie che facendo uso di vari fattori e numeri formulano delle proiezioni. Dopo avere eseguito delle ampie ricerche, BMW Group ha elaborato in base a queste previsioni un'anteprima del mondo di domani, concentrandosi sui quesiti centrali che influenzeranno la mobilità individuale, la nostra vita giornaliera e il nostro lavoro.

L'obiettivo perseguito da BMW Group è di disegnare un'immagine futura, possibilmente olistica, che copra i prossimi due o tre decenni. A questo scopo è stato fatto uso di studi famosi, provenienti da fonti differenti, e dei pareri di riconosciuti futurologi.

Eseguendo una comparazione con le informazioni interne di BMW Group e con le analisi dei vari istituti è nato un quadro dettagliato del futuro, del cambiamento sociale e delle risultanti necessità future dell'uomo. BMW Group è convinto che la mobilità individuale è e resterà anche in futuro una necessità fondamentale dell'uomo.

Forte crescita degli agglomerati urbani, delle mega-cities, della globalizzazione e delle regioni metropolitane: aumenta la varietà nella mobilità.

Una caratteristica del processo di trasformazione sono i grandi agglomerati urbani e la loro forte crescita. Gli esperti stimano che nel 2050 in Europa oltre il 75 per cento e negli USA quasi il 50 per cento di tutti gli abitanti vivranno in città. Contemporaneamente, cresce il desiderio di disporre di un livello superiore di individualità.

Già oggi, in singoli casi possedere un'automobile sola non è più sufficiente per coprire in modo soddisfacente le esigenze e richieste fondamentali di mobilità individuale, soggette anch'esse a un processo di cambiamento continuo.

Traffico troppo intenso, mancanza di possibilità di parcheggio o divieti di guida per motivi d'inquinamento ambientale sono solo alcuni esempi delle barriere alla mobilità che si incontrano nelle regioni urbane. Per questo motivo il luglio scorso ha assunto la propria attività il centro di competenze Mobilità Urbana di BMW Group. Il team di esperti sviluppa insieme alle città e a tutti i principali gruppi d'interesse dei concetti sostenibili di mobilità per gli ambienti urbani.

Le persone desiderano disporre in qualsiasi situazione della forma di mobilità adatta. Nelle grandi città, il car-sharing come DriveNow o il bike-sharing sono dei concetti già funzionanti, ma solo la combinazione perfetta crea l'offerta adatta; infatti, spesso il passaggio da un mezzo di trasporto all'altro risulta complicato. Il routing multi-modale, come viene proposto per la prima volta con la BMW i3, prevede, qualora la situazione lo raccomandi, il passaggio ai mezzi di trasporto pubblici. Sistemi automatici di prenotazione e soluzioni di pagamento uniformi offrono già oggi delle soluzioni parziali, ma non creano ancora l'interazione perfetta.

Contemporaneamente, vengono richiesti dei livelli di mobilità sempre più elevati. Dato che in futuro il tempo sarà una delle risorse più scarse, la definizione del percorso dal punto A al punto B diventerà sempre più importante: infatti, esso dovrà essere efficiente, sicuro, rilassante, affascinante, gestibile in compagnia, lavorando oppure dormendo? Per questo, gli studi della Mobilità Urbana di BMW Group hanno una portata molto più ampia del solo prodotto, completando l'offerta con tecnologie, servizi e prestazioni che migliorano insieme la mobilità. La visione futura è che con BMW Group la mobilità sia semplice, disponibile in qualsiasi momento e adattabile alle esigenze personali. Anche in futuro l'obiettivo di BMW Group sarà di offrire all'uomo la mobilità ottimale.

Tecnica e digitalizzazione. L'interconnessione sarà un elemento naturale.

Nei prossimi dieci anni, l'industria automobilistica vivrà un cambiamento più profondo di quello degli ultimi trent'anni. Un ruolo decisivo lo gioca la digitalizzazione. Nella sua qualità di azienda innovatrice, BMW Group vuole essere all'avanguardia nel campo della digitalizzazione dell'industria automobilistica.

L'interconnexion des véhicules automobiles avec leur environnement, l'échange automatique d'informations entre les usagers de la route ainsi que la combinaison de véhicules intelligents et de services de mobilité personnalisés recèlent un potentiel économique énorme d'une grande utilité sociale.

Oggi ci troviamo sulla soglia della guida automatizzata. Questo comporta una serie di sfide tecniche ma contemporaneamente anche una grandissima chance di rivoluzionare la mobilità: in futuro, il piacere di guidare sarà definito attraverso un esonero del guidatore da una parte dei suoi compiti che verranno automatizzati. Già oggi BMW Group offre delle funzioni di guida semi-automatizzate che esonerano il cliente da determinati lavori, per esempio nella nuova BMW Serie 7 con il nuovo assistente allo sterzo e di controllo di corsia. Compiendo il passo successivo, la guida altamente automatizzata, oltre alla sicurezza del traffico aumenteranno notevolmente anche il comfort e l'efficienza durante la guida. La guida altamente automatizzata, come è possibile nella nuova BMW i Vision Future Interaction (presentata al CES 2016), caratterizzerà in modo decisivo la mobilità individuale e sostenibile.

Ma anche nella produzione BMW Group punta sempre di più sui vantaggi della digitalizzazione. L'interconnessione di mondo reale e digitale offre grandi potenziali in numerosi campi. L'obiettivo è la produzione intelligente, interconnessa, in cui, grazie all'applicazione di tecnologie su base informatica, processi complessi possono essere gestiti con maggiore efficienza.

BMW Group si focalizza su quattro campi che offrono dei potenziali particolarmente elevati:

La raccolta e analisi dati automatizzata aumenta la sicurezza dei processi. Questo comprende anche le simulazioni e la raccolta digitale dei dati degli stabilimenti produttivi. In base ai dati attuali in 3D di uno stabilimento è possibile elaborare delle pianificazioni molto esatte, per esempio quando il compito è di progettare nuovi impianti o nuove strutture nel sito. Grazie a queste tecnologie viene raggiunta una dimensione di flessibilità completamente nuova.

Il settore “**Smart Logistics**“ persegue l’obiettivo di incrementare la trasparenza della rete di approvvigionamento e di ottimizzare le catene di fornitura.

Innovativi sistemi di automazione supportano l’operatore direttamente nel suo lavoro nella produzione. **Flessibili sistemi robotizzati** assumono i compiti che richiedono il massimo sforzo fisico e vengono montati vicino all’operatore.

L’utilizzo di tecnologie di produzione additive permette di introdurre soluzioni nuove nella produzione. I componenti costruiti con processi di produzione additivi offrono un elevato livello di libertà nella lavorazione delle forme, consentendone contemporaneamente una produzione veloce e nella qualità giusta. Attualmente, esempi classici di applicazioni sono pezzi su misura costruiti in piccole serie. BMW Group è dell’avviso che queste tecnologie offrano elevati potenziali nella produzione di serie e nello sviluppo di nuove offerte per i clienti, per esempio a livello di componenti automobilistici personalizzati e di approvvigionamento di pezzi di ricambio.

A lungo termine, questi sviluppi modificheranno anche il ruolo dell’uomo nella produzione. In futuro, il suo compito sarà sempre di più quello di definire e di abilitare i processi. Il mondo del lavoro verrà modernizzato. L’utilizzo di innovativi sistemi robotizzati libererà anche il lavoratore da sforzi fisici, dato che robot collaborativi assumeranno i compiti più faticosi, non ergonomici. Questo rappresenterà un grande guadagno, anche dal punto di vista del cambiamento demografico.

Sostenibilità. L’energia sarà rispettosa dell’ambiente.

L’utilizzo energetico rispettoso dell’ambiente è ancorato nei valori di BMW Group. Per esempio, da oltre 15 anni BMW Group viene premiato da RobecoSAM come Sustainability Leader nell’industria automobilistica.

BMW Group si assume una parte di questa responsabilità globale e già dal 1973 è consapevole del proprio ruolo: BMW Group è stato il primo produttore automobilistico del mondo a nominare un incaricato ambientale. Dal 1990 l’azienda ha ridotto le emissioni della flotta automobilistica del 40%, in parte anche grazie all’introduzione della tecnologia EfficientDynamics.

Passando dai motori a combustione interna alle vetture elettriche come la BMW i3 o la BMW Motorrad c Evolution, che vengono alimentate da energia di fonti rinnovabili, BMW Group crea delle possibilità completamente nuove e innovative per vivere il piacere di guida, la sostenibilità e l'interconnessione nella circolazione urbana.

L'impronta ecologica di una vettura va considerata però lungo il suo interno ciclo di vita e non deve essere limitata alla fase di utilizzo. Per questo motivo è importante sviluppare dei concetti efficienti per l'intera catena di plusvalore.

Uno di questi concetti efficienti, applicato nella produzione negli stabilimenti di Spartanburg, di Lipsia e di Regensburg/Ratisbona, è la cosiddetta gestione intelligente dei dati energetici. Il sistema si basa su contatori di corrente intelligenti che misurano continuamente il consumo energetico d'impianti produttivi e di robot e che lo confrontano con un network centrale dell'azienda. Questo permette di ridurre il consumo di corrente e, contemporaneamente, di aumentare la sicurezza della produzione e la qualità del prodotto. Lo sviluppo del sistema di gestione intelligente dei dati energetici è parte del concetto di produzione di BMW Group 4.0 relativo alla digitalizzazione ed è stato incentivato dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR).

Nella produzione, oltre ai concetti produttivi efficienti, un grande ruolo lo riveste l'utilizzo di energia ottenuta da fonti rinnovabili, come l'energia idrica o eolica. Già oggi, circa il 58% della corrente acquistata da BMW Group è di origine rinnovabile. Per esempio, nello stabilimento di Moses Lake BMW Group usa energia idrica, a Lipsia energia eolica e a Rosslyn biomassa. Grazie all'utilizzo di materie prime rinnovabili e di materiale riciclato, vengono tutelate le risorse naturali. Degli esempi sono la pelle conciata con olio d'oliva, il kenaf oppure i rivestimenti per i sedili ottenuti dal riciclaggio del PET. L'obiettivo di BMW Group è di ridurre entro il 2020 fino al 45% il consumo di risorse per ogni vettura prodotta, dunque di energia, di acqua, di rifiuti e di solventi.

Ma questo è solo l'inizio. L'obiettivo a lungo termine è di creare un circuito neutro: dall'approvvigionamento dei materiali alla produzione e l'utilizzo, fino al riciclaggio (ulteriori informazioni relative al tema sostenibilità:

<https://www.bmwgroup.com/en/responsibility.html>).

4. BMW VISION NEXT 100: come si presenterà il piacere di guidare del futuro?

Immaginare come vivremo e guideremo in futuro costituisce una sfida e, al contempo, un compito affascinante: come cambieranno la società, l'economia, le condizioni di vita e la nostra mobilità? Quali emozionanti possibilità ci verranno offerte dalle nuove tecnologie? Quale sarà il ruolo della digitalizzazione e dell'interconnessione nell'ambito delle nostre esigenze automobilistiche future?

In occasione del centenario 2016, BMW Group allunga lo sguardo in un futuro incredibilmente lontano e sviluppa vetture visionarie con le quali desidera anticipare e soddisfare le richieste di mobilità future dell'uomo. BMW Group è dell'avviso che la mobilità sarà caratterizzata da una crescente varietà. In un futuro nemmeno tanto lontano la maggioranza delle automobili probabilmente avanzerà in modo completamente autonomo. L'uomo viaggerà su robot dotati di ruote. Su questo sfondo, quale sarà la ragione d'essere delle automobili BMW? Un marchio focalizzato sull'uomo, il cui obiettivo è di regalare piacere di guida. Come trasferirne i valori al futuro? Durante il processo di genesi della BMW VISION NEXT 100 era decisivo che il guidatore non salisse a bordo di un mezzo di trasporto anonimo ma altamente personalizzato, completamente orientato su di lui. Anche in futuro sarà importante avere un rapporto possibilmente emotivo tra la BMW e il suo guidatore.

Nel processo di genesi della BMW VISION NEXT 100 il BMW Design Team ha preso in considerazione tutte le tendenze e tecnologie che nei prossimi anni saranno fondamentali per BMW. Ovviamente, si è lasciato ispirare anche dalle innovazioni e dal design del passato. L'elemento decisivo era il principio che caratterizza BMW, di guardare verso il futuro senza compromessi, sia nel campo tecnologico che a livello di vantaggio per il cliente.

Adrian van Hooydonk, Responsabile di BMW Group Design: "Se un designer è in grado d'immaginare qualcosa, allora sussiste una grande chance che prima o dopo l'idea divenga realtà. Per questo motivo, con la BMW VISION NEXT 100 abbiamo tentato di tracciare uno scenario futuro nel quale ci si immedesima volentieri.

La tecnologia vivrà uno sviluppo forte. Questo ci aprirà nuove e fantastiche possibilità di assistere il guidatore in modo ancora più puntuale, intensificando così l'esperienza di guida. Sono convinto che la tecnologia deve essere gestibile e vivibile nel modo più intuitivo possibile, così che l'interazione tra uomo, macchina e mondo esterno funzioni come se si trattasse di un'unica unità. Noi abbiamo abbozzato questo futuro nella BMW VISION NEXT 100.”

Quattro tesi relative alla BMW VISION NEXT 100.

Una vera BMW pone sempre il guidatore al centro.

Recentemente, il trend che attualmente domina l'industria automobilistica ha vissuto una diffusione così ampia che la domanda non è più “se” ma piuttosto “quando”: la guida autonoma. Anche BMW Group parte dal presupposto che in futuro il guidatore potrà delegare il compito di guida alla sua vettura. Qualora lo desideri. Perché la Vision resta una vera BMW che consente sempre di vivere in modo intenso il piacere di guidare.

Fusione d'intelligenza artificiale e di tecnologia intuitiva.

L'automobile del futuro sarà completamente interconnessa. La tecnica digitale sarà così diffusa che farà parte di quasi tutti i campi della nostra vita giornaliera. La conseguenza sarà una progressiva fusione di mondo digitale e mondo fisico. L'intelligenza artificiale capace di apprendere anticiperà molti dei nostri desideri ed eseguirà in secondo piano i compiti che le avremo delegato, trasformando radicalmente l'interazione tra uomo e tecnica. Gli schermi e i touchscreen verranno sostituiti da forme più intuitive di comunicazione e interazione tra uomo e macchina. O meglio: la tecnologia diventerà più umana.

Materiali nuovi inaugurano possibilità straordinarie.

Come costruiremo in futuro le automobili? Un giorno, le presse che stampano centinaia di migliaia di componenti in lamiera di acciaio faranno parte della storia. L'utilizzo del carbonio può essere interpretato come un primo indicatore del profondo processo di trasformazione che caratterizza i settori dei materiali e della produzione automobilistica. Tecnologie come Rapid Manufacturing e la stampa in 4D, che non producono solo pezzi e oggetti, ma materiale intelligente, interconnesso, potrebbero sostituire già in un prossimo futuro gli utensili tradizionali, creando delle possibilità finora impensabili a livello di design e di progettazione.

La mobilità resta un'esperienza emozionante.

Un'automobile BMW non è stata mai un'invenzione destinata solo allo scopo pratico di superare le distanze. Gli occhi puntati sulla prossima curva, percepire la potenza del motore o godersi i brividi della velocità: le automobili regalano un'esperienza sensuale, una dose supplementare di adrenalina, un momento d'intimità e la possibilità di partire in viaggio, da soli o con delle persone vicine. Questo non cambierà, perché la mobilità come esperienza emozionante è fortemente impressa nella nostra memoria collettiva. La BMW VISION NEXT 100 intensificherà questa esperienza, ponendo sempre il guidatore che impugna il volante al centro dell'attenzione, ma in un modo finora mai conosciuto.

BMW VISION NEXT 100: una vettura per la mobilità del futuro.

- L'intelligenza digitale trasforma il guidatore in "Ultimate Driver".
- "Alive Geometry" provvede all'interazione intuitiva tra guidatore e vettura.
- Le modalità Ease e Boost permettono sia di guidare personalmente che la guida pilotata.
- Companion: l'accompagnatore intelligente che collega il guidatore alla sua vettura.
- Tipico design esterno BMW.
- Materiali futuristici.

L'intelligenza digitale trasforma il guidatore in Ultimate Driver.

Anche in futuro il guidatore di una BMW desidererà guidare soprattutto personalmente. Nella BMW VISION NEXT 100 anche in futuro il guidatore resterà al centro dell'attenzione. Interconnessione permanente, intelligenza digitale e modernissime tecnologie svolgeranno solo la funzione di assistenza. Grazie a esse, il conducente si trasformerà in pilota perfetto, in Ultimate Driver. Il mondo cambierà, ma il piacere di guidare resterà – e sarà più intenso che mai.

Il punto di partenza del processo di design è l'abitacolo. In futuro, il benessere del guidatore assumerà un ruolo sempre più importante. L'obiettivo sarà di dargli l'impressione di essere seduto in una vettura ideata appositamente per lui, non solo in grado di guidare autonomamente. La conseguenza è un'architettura in cui, nel confronto con le dimensioni totali della vettura, gli interni si presentano particolarmente ampi.

Contemporaneamente, grazie all'andamento delle linee, la BMW VISION NEXT 100 è chiaramente identificabile come BMW. Nonostante l'abitacolo cupoliforme, essa è dotata, analogamente a un modello berlina BMW, della tipica silhouette sportiva di una BMW.

Il design degli interni offre la possibilità di scegliere tra differenti modalità di guida: la guida personale, la Modalità Boost e, per farsi guidare, la Modalità Ease. Quando seleziona la modalità Ease il guidatore può rilassarsi e delegare il compito di guida. La vettura si trasforma in un luogo di ritiro, offrendo molto spazio, un'illuminazione e impressioni tattili piacevoli. Nella modalità Boost il conducente guida personalmente. La vettura lo assiste in modo sensibile e intuitivo. Contemporaneamente, essa apprende sempre di più sul guidatore, aiutata da una forma d'intelligenza sensoriale e digitale, battezzata da BMW Group con il nome Companion. Companion è in grado di apprendere e assiste il guidatore sempre meglio, così che la BMW VISION NEXT 100 trasforma il guidatore in Ultimate Driver. Un componente particolarmente importante della vettura visionaria è Alive Geometry, un elemento finora mai visto in un'automobile. Alive Geometry è una scultura tridimensionale che sviluppa il proprio effetto sia all'interno che all'esterno.

Alive Geometry assicura l'interazione tra guidatore e vettura.

“Alive Geometry“ è composta da quasi 800 triangoli mobili, inseriti nella plancia portastrumenti e in singole sezioni dei pannelli laterali. I triangoli formano una scultura: muovendosi comunicano in modo molto diretto con il guidatore. Il movimento ricorda un gesto e non ha la forma liscia di un display. Il guidatore percepisce anche i movimenti più leggeri, al margine del suo campo visivo. Insieme all'Head-Up Display otteniamo una fusione unica tra rappresentazione analogica e digitale.

I triangoli mobili si muovono insieme, come uno stormo di uccelli in volo, emettendo dei segnali facilmente comprensibili per i passeggeri. In combinazione con la rappresentazione digitale dell'Head-Up Display analogico a contatto si ottiene una forma di comunicazione preconsua. Noi percepiamo un segnale intuitivo, derivato direttamente da un evento reale. Che ciò sarà possibile in futuro lo riconosciamo già negli sviluppi attuali.

L'importanza dei temi Rapid Prototyping e Rapid Manufacturing cresce di giorno in giorno. Gli studi indicano che fra 30 anni queste tecnologie saranno ampli-

amente diffuse. Oggi è ancora difficile immaginare come funzionerà la regolazione di centinaia di piccoli triangoli, ma in futuro questo non sarà più un ostacolo. Le tecniche di costruzione automobilistica di oggi non rappresenteranno più lo standard del futuro. Infatti, sarà possibile realizzare delle forme molto più complesse e flessibili. Nella BMW VISION NEXT 100, BMW Group parla anche di stampa in 4D, perché ha luogo un ampliamento a un quarto livello funzionale. I componenti stampati assumono delle funzioni che oggi devono venire ancora progettate, prodotte e aggiunte separatamente. Attualmente, il mondo digitale è collegato attraverso i display. Ma la tesi alla base della vettura visionaria è di realizzare un'automobile esente da display, perché questi saranno sostituiti da uno schermo gigante davanti al guidatore: il parabrezza, che fungerà interamente da superficie di visualizzazione. In futuro avremo una forte interazione tra mondo digitale e fisico. Anche questo trova la propria espressione in Alive Geometry, per esempio nell'interazione tra il dashboard analogico e l'Head-Up Display digitale.

Le modalità di guida Boost ed Ease consentono sia la guida personale che pilotata.

Sia nella modalità Boost che nella modalità Ease tutti gli elementi e le tecnologie principali della vettura regalano al guidatore un'esperienza di guida di massima intensità oppure altamente rilassante. Ma anche il passaggio da una modalità all'altra diviene un'esperienza affascinante. Alive Geometry gioca un ruolo importante anche a livello di modalità di guida: nella modalità Boost, quando il guidatore è completamente concentrato sulla strada, essa descrive per esempio la linea ideale, il punto in cui sterzare in una curva oppure emette un segnale di avvertimento in caso di veicoli che stanno per incrociare la BMW. L'obiettivo primario non è di guidare più veloci ma meglio. I gesti intuitivi esercitano inoltre un effetto più diretto e più personale della voce di un robot o delle indicazioni sullo schermo. Nella modalità Ease Alive Geometry si muove in modo più riservato e informa i passeggeri sulle varie situazioni che si presentano durante la guida, come l'andamento della strada, manovre di accelerazione e di frenata.

Nella modalità Boost l'intera vettura è focalizzata sul pilota e lo supporta mettendogli a disposizione la sua intelligenza per massimizzare l'esperienza di guida. Oltre alla posizione di guida e del volante varia anche la posizione della consolle centrale che è più orientata verso il conducente. Durante la guida egli può interagire attraverso dei comandi gestuali.

Il BMW Head-Up Display analogico a contatto del futuro utilizzerà tutta la superficie del parabrezza per comunicare con il guidatore. Nella modalità Boost la competenza tecnologica della BMW VISION NEXT 100 sarà concentrata solo sulle informazioni veramente rilevanti per il conducente. Per esempio, il guidatore vedrà la sua linea ideale, i punti in cui sterzare in curva e la velocità ottimale. Grazie all'ampia interconnessione, ai sensori intelligenti e allo scambio permanente di dati, l'Head-Up Display genererà un'immagine digitale dell'ambiente esterno. Ma anche in caso di nebbia il guidatore avrà a disposizione una serie d'informazioni importanti prima che appaiano nel suo campo visivo, per esempio vetture che incrocerà prossimamente. L'assistenza del guidatore avverrà in modo estremamente ridotto, riservato e personalizzato. Il sistema si auto-ottimizzerà permanentemente, apprendendo sempre più dettagli sul guidatore. La priorità resterà sempre un'esperienza di guida possibilmente personalizzata e intensa.

Al momento in cui il guidatore passerà alla modalità Ease l'atmosfera nell'abitacolo cambierà completamente: il volante e la consolle centrale rientreranno, i poggiatesta si sposteranno ai lati, così da creare un'atmosfera rilassata e particolarmente accogliente. I sedili formeranno un'unità con i pannelli interni delle porte, così che guidatore e passeggero potranno accomodarsi rivolti uno verso l'altro. Questa posizione rilassata consentirà anche di comunicare in modo più piacevole. L'Head-Up Display analogico a contatto metterà a disposizione dei passeggeri dei contenuti personalizzati, li informerà e intratterrà in base alle loro preferenze. Mentre nella modalità Boost il sistema si concentra sugli aspetti essenziali per il guidatore, nella modalità Ease, l'attenzione è rivolta, a seconda dell'ambiente esterno e dell'umore momentaneo degli occupanti, per esempio a un paesaggio affascinante.

Tutti coloro che si muovono all'esterno della vettura riconoscono se l'automobile viaggia attualmente nella modalità Boost oppure Ease: insieme ai doppi proiettori circolari e le luci posteriori a L, tipici del brand, il caratteristico doppio rene BMW si trasforma in un tool di comunicazione. La modalità in cui si trova momentaneamente la vettura viene comunicata all'esterno anche attraverso il colore dell'illuminazione.

Companion: un compagno intelligente – l'interfaccia tra guidatore e automobile.

Una piccola scultura simbolizza Companion, l'interfaccia tra guidatore e automobile. La scultura presenta la forma di una grande pietra preziosa ed è montata centralmente sulla plancia portastrumenti, sotto il parabrezza. Companion rappresenta l'intelligenza, l'interconnessione e i servizi della BMW VISION NEXT 100 disponibili per il guidatore. Contemporaneamente, Companion è simbolo dello scambio permanente di dati. Grazie alle esperienze sempre nuove e apprendendo le abitudini di mobilità del guidatore, il sistema si ottimizza continuamente. Nel corso del tempo, il sistema esegue automaticamente compiti giornalieri e formula dei suggerimenti per il guidatore. Indipendentemente dalla vettura, esso diventa sempre più prezioso per il suo proprietario. Ma anche nella fase di transizione dalla modalità Boost a Ease Companion assume un ruolo importante nella comunicazione. Quando nella modalità Boost la piena concentrazione del guidatore è dedicata alla strada, Companion resta in una posizione bassa nella plancia portastrumenti. Nel momento in cui il guidatore delega la responsabilità alla BMW VISION NEXT 100 Companion si raddrizza e si collega al parabrezza. Un segnale luminoso informa il guidatore che la vettura è pronta per la guida completamente automatizzata. Companion assume una funzione simile anche per l'ambiente esterno e le altre vetture. Gli altri veicoli e pedoni riconoscono in base all'illuminazione che la vettura viaggia nella modalità completamente automatizzata. In determinate situazioni del traffico, Companion emette un segnale visivo di feedback, informando per esempio i pedoni attraverso una striscia luminosa verde nel modulo frontale in quale direzione possono attraversare la strada senza pericolo.

Tipico design esterno BMW.

Coupé sportiva e berlina dalla linea dinamica ed elegante: questo abbinamento caratterizza la vettura visionaria di BMW. A differenza degli interni, che si presentano con le dimensioni di un'ammiraglia di lusso BMW, la lunghezza di

4,90 metri e l'altezza di 1,37 metri le conferiscono delle dimensioni esterne compatte.

Le grandi ruote, montate alle estremità della scocca, assicurano l'immagine dinamica sulla strada, tipica di un modello BMW. Grazie a Alive Geometry, è stato raggiunto un effetto ottimale a livello di aerodinamica: la scocca copre i cerchi, adattandosi durante le manovre di sterzo ai movimenti delle ruote, come una pelle elastica. L'innovativo design della vettura determina un coefficiente aerodinamico estremamente basso (valore cx) di 0,18.

La vernice esterna color rame della vettura visionaria sottolinea il concetto che le automobili BMW del futuro saranno altamente tecnologiche ma che offriranno anche una calda accoglienza. Questo simbolizza anche lo stretto rapporto tra guidatore e vettura.

Questo rapporto inizia già nel momento in cui il conducente si avvicina alla vettura: grazie alla tecnica intelligente dei sensori, le porte ad ala di gabbiano si aprono automaticamente. Per facilitare l'accesso e l'uscita il volante è inserito a filo nel cruscotto. Il guidatore si accomoda e, sfiorando il logo BMW sulla plancia portastrumenti, attiva tutti i sistemi della vettura. La porta si chiude, il volante fuoriesce automaticamente e l'esperienza di guida può iniziare.

I materiali del futuro.

Per la BMW VISION NEXT 100 i designer hanno fatto uso preferibilmente di stoffe ricavate da materiali riciclati o da materie prime rinnovabili. Tutti i componenti in carbonio visibili e invisibili, per esempio i rivestimenti delle fiancate, sono stati realizzati con il materiale in eccesso della normale produzione di carbonio. In futuro, sia nei processi di design che di produzione la selezione dei materiali diverrà sempre più importante.

Nella produzione verranno utilizzati materiali diversi e nuovi. E questo cambierà anche la forma delle vetture. Per motivi di sostenibilità e di tutela delle risorse naturali si ridurrà l'utilizzo del legno e della pelle, sostituendoli progressivamente con materiali e soluzioni nuovi, disponibili per il design e la produzione. Tessuti pregiati, monomateriali facilmente riciclabili e la rinuncia completa alla pelle negli interni della BMW VISION NEXT 100 anticipano già il trend (fotografie della vettura visionaria: www.press.bmwgroup.com e sulla chiavetta USB allegata).

BMW AG

Corporate Communications

E-mail: presse@bmw.de

www.press.bmwgroup.com