BMW
Corporate Communications

Informacja prasowa

Kwiecień 2014

**BMW Vision Future Luxury.**

**Pekin/Monachium.** Koncepcyjny model BMW Vision Future Luxury ukazuje sposób, w jaki BMW postrzega nowoczesny luksus w ujęciu przyszłościowym. To nowoczesna kombinacja ekskluzywności i innowacyjności, które dają w efekcie doznania z jazdy zarazem wyjątkowe i emocjonalne. Te cechy – oraz mnóstwo innych – reprezentuje także niezwykła stylistyka nadwozia i kabiny BMW Vision Future Luxury, kryjące innowacyjne technologie, superlekką konstrukcję oraz interfejs użytkownika idealnie wpasowany w kokpit i… potrzeby kierowcy w tym sensie, że jest niemal w pełni konfigurowalny.

Adrian van Hooydonk, wiceprezes BMW Group ds. Designu, powiedział: „Ten prototyp pokazuje kierunek, w jakim możemy pójść w przyszłości, ale ma nam także dać inspirację i motywację. Fenomenalna precyzja wykonania i perfekcja techniczna tego auta wynoszą nasze myślenie o nowoczesnym luksusie o kolejny stopień wyżej – i jest to logiczny postęp.” Natomiast Karim Habib, szef ds. designu BMW, wprost określa BMW Vision Future Luxury jako herolda filozofii marki w dziedzinie nowoczesności i luksusu, w tym ogromnej wagi przykładanej do superlekkich technologii konstrukcyjnych, innowacyjnemu ukształtowaniu wnętrza oraz radykalnie nowego designu interfejsu użytkownika.

Wnętrze najpełniej ukazuje to nowe myślenie. Tu i forma, i funkcja, i treść opierają się na najnowocześniejszych technologiach. Wszystko powstaje w oparciu o tę samą zasadę substrakcyjnego modelowania – wszystkie geometryczne i funkcjonalne elementy tworzy się z tej samej kompozytowej struktury, na którą składają się różne warstwy i materiały. Bazą jest cienka tkanina karbonowa, na nią nakłada się warstwę funkcjonalną z komponentami interfejsu użytkownika, interfejsy kontrolny i wyświetlaczowy czy oświetleniowy, po czym przychodzi czas na kolejne warstwy strukturalne, nośne, z aluminium, dla dodatkowego wzmocnienia. Wreszcie wierzchnie warstwy to drewno i skóra dla stworzenia ciepłej, komfortowej atmosfery. Oczywiście, w zależności od funkcji i umiejscowienia, każda z warstw może być redukowana, by uwypuklić tylko te potrzebne. Ponieważ oznacza to, że geometria kabiny jest tym samym redukowana do niezbędnego minimum, także masa jest radykalnie obniżana. Taki sposób budowy pozwala ponadto na dosłownie bezpołączeniowe przechodzenie płaszczyzn jednej w drugą w najbardziej elegancki możliwy sposób.

Niezrównane cechy karbonu – zarówno samego w sobie, jak i łączonego w kompozyty z innymi materiałami – są optymalnie wykorzystywane dla rygorystycznego programu ultralekkiej konstrukcji. Karbon jest widoczny, także bez zaglądania pod obicia – w drzwiach, pod fotelami, ale przede wszystkim w innowacyjnym, symbolicznym z wyglądu środkowym słupku. Nie ma tu bowiem miejsca na pełny, solidny słupek B, jaki znamy z konwencjonalnych aut. karbonowa konstrukcja pozwoliła na zintegrowanie ram foteli w struktury nośne, a z drugiej strony – w szczątkowy słupek. Bez tego nowoczesnego rozwiązania kwestii słupka środkowego z karbonu nie byłoby możliwe stworzenie tak szerokiego wejścia, tak ogromnych drzwi przeciwbieżnych, jakimi pochwalić się może BMW Vision Future Luxury.

**Nowy styl interfejsu użytkownika i ekskluzywne usługi BMW ConnectedDrive.**

W obrębie przednich siedzeń precyzyjnie zdefiniowane linie i powierzchnie dbają o poczucie ekskluzywnego dynamizmu. Design zestawu instrumentów pokładowych dokładnie odzwierciedla stylistykę samych wyświetlaczy. Kierowcę otacza w typowy dla BMW sposób kokpit z trójwymiarowo ukształtowanymi wyświetlaczami, stwarzając wrażenie głębi, przestrzeni.

Wyświetlacz po lewej stronie prezentuje informacje o pojeździe, centralny – prędkość, obroty silnika i inne dane, w tym kontekstowe, pojawiające się w razie potrzeby. Prawy ekran natomiast oddano do dyspozycji świata infortaintment. To panel informacyjny. Wszystkimi oczywiście może sterować kierowca także głosowo.

Jednakże najważniejszym wyświetlaczem dla kierowcy jest wyświetlacz przezierny Head-Up Display. Ten poza pokazywaniem typowych i dziś informacji o prędkości, ograniczeniach, nawigacji etc. rozszerza dla kierowcy rzeczywistość widzianą, wskazując elementy widoczne w miarę potrzeby, uwypuklając np. niepewnie zachowujące się osoby bądź samochody… Nowy HUD interaktywnie, w czasie rzeczywistym, potrafi prezentować fazy pracy zbliżających się świateł na skrzyżowaniach itp.

Nie ma wyświetlacza centralnego; pasażer obok kierowcy ma własny dotykowy ekran infotainment. Jest on powiązany z wyświetlaczem kierowcy w tym sensie, że kierowca gestem dłoni może „odesłać” na ekran obok te informacje, które są ciekawe dla pasażera, albo którymi pasażer powinien się zająć.

**Touch Command Tablet**.

Wyświetlacz dotykowy dla pasażerów z tyłu. Odłączalny i przenośny tablet dotykowy jest dopełnieniem innowacyjnego interfejsu użytkownika BMW Vision Future Luxury. Pasażerowie tylnych foteli mają dzięki niemu do dyspozycji wszelkie dostępne usługi z zakresu BMW ConnectedDrive, od tych związanych z samą podróżą po wyrafinowane – w ramach BMW Concierge Services.

**Osobista przestrzeń z tyłu.**

Dla pasażerów tylnych foteli przewidziano luksus osobistej, własnej przestrzeni. Jej formowaniu służą silnie konturowane fotele, rozkładane stoliki, własne wyświetlacze – a podkreśleniem miękkie linie i najwyższej klasy materiały wykończeniowe oraz projektowane przez specjalistów punkty oświetleniowe zapewniające zarówno znakomite oświetlenie, jak i ekskluzywną atmosferę. W pokazowym aucie zastosowanie znalazły także jedwabne obicia, anilinowa skóra, drewno lipowe i głęboki dywan.

**Design nadwozia: ekskluzywny i elegancki.**

Perfekcyjne proporcje, precyzyjnie i elegancko wyrzeźbione linie, wielki rozstaw osi i niska, przesunięta silnie do tyłu kabina: te charakterystyczne dla luksusowych limuzyn BMW cechy doprowadzono tu do ideału. Wspaniałość formy podkreśla głębia „ciekłego” lakieru w kolorze Liquid Platinum Bronze o ciepłym połysku. Wyjątkową cechą stylistyczną są lusterka, które wyglądają, jakby w organiczny sposób wykiełkowały z chromowej ramy okna – a sprawiają wrażenie tak lekkich i subtelnych, że równie dobrze mogłyby po prostu samodzielnie unosić się w powietrzu.

**BMW EfficientDynamics to oczywiście integralna cecha także tego modelu.**

Aerodynamika jest bliska perfekcji, a tę brakującą do ideału cząstkę przynosi technologia przeciwdziałająca zawirowaniom, kanalizująca opływ powietrza – jak kurtyny powietrzne i „skrzela” w nadkolach, jak wewnętrzne kanaliki powietrzne w tylnych słupkach i kanały odprowadzające w ukierunkowany sposób powietrze spod podwozia i z rejonu tylnych kół w wewnętrznej części tylnego fartucha.

Czysta forma przedniego pasa jest też nieomylnie charakterystyczna dla marki – podwójne lampy główne i podwójne „nerki” wlotów powietrza są jednoznaczne także w BMW Vision Future Luxury. W tym modelu lampy główne są ekstremalnie wąskie – a to dzięki zastosowaniu ultranowoczesnej technologii laserowych lamp, które nie tylko pozwalają na ogromną swobodę designerom, ale też stanowią najsilniejsze i najwydajniejsze źródło światła, ustanawiając nowe standardy w dziedzinie jasności i zasięgu, nawet do 10 razy efektywniejsze niż lampy diodowe LED.

Równie innowacyjne i wydajne jest oświetlenie tylne. Tu zastosowano lampy zespolone oparte na diodach organicznych OLED. Dzięki nowoczesnym diodom można sięgnąć po zupełnie nową interpretację typowych dla BMW lamp w formie litery L. Bo organiczna dioda LED to urządzenie o grubości do 400 razy mniejszej od ludzkiego włosa, w dodatku niesłychanie elastycznie i wytwarzające doskonale jednorodne światło z całej swej powierzchni bez potrzeby wyposażania ich w odbłyśniki, co oznacza kompletnie nowy potencjał designerski i swobodę twórczą.

**W przypadku pytań prosimy o kontakt z:**

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager

Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

**BMW Group**

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI i Rolls-Royce, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium. Ten międzynarodowy koncern obejmuje 28 zakładów produkcyjnych i montażowych w 13 krajach oraz międzynarodową sieć dystrybutorów z przedstawicielstwami w ponad 140 krajach.

W roku 2013 firma BMW Group sprzedała około 1963 mln samochodów oraz 115 215 motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem za rok finansowy 2013 wyniósł 7,91 mld euro, a obroty wyniosły 76,06 mld euro. Na dzień 31 grudnia 2013 r. globalne zatrudnienie w przedsiębiorstwie wynosiło 110 351 pracowników.

Sukces BMW Group od samego początku wynika z myślenia długofalowego oraz podejmowania odpowiedzialnych działań. Dlatego też przedsiębiorstwo stworzyło politykę równowagi ekologicznej i społecznej w całym łańcuchu dostaw, pełnej odpowiedzialności za produkt i jasnych zobowiązań do oszczędzania zasobów, która to stanowi integralną część jego strategii rozwoju.

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

Facebook <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: [http://googleplus.bmwgroup.com](http://googleplus.bmwgroup.com/)