

Comunicat de presă

7 martie 2016

BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

București/München. BMW Group a avut o influență semnificativă asupra viitorului mobilității încă de când a fost înființată companie în 1916. De-a lungul anilor, a evoluat continuu, s-a ridicat la poziția pe care o are în prezent - furnizor premium de servicii de mobilitate. Capacitatea de acțiune vizionară face parte din esența BMW Group - după cum reiese din numeroase momente petrecute de-a lungul istoriei sale și din deciziile și produsele numeroase.

Compania dorește să își aniverseze 100 de ani de istorie printr-o serie extinsă de evenimente globale, orientate însă spre viitor, spre înțelegerea provocărilor pe care viitorul le aduce mobilității individuale. De aceea, proiectul aniversar va sta sub semnul „THE NEXT 100 YEARS” (Următorii 100 de ani) și își propune să prezinte conceptul complex și documentat al companiei despre evoluția mobilității, modul în care producem, ne raportăm și folosim automobilele. În același timp răspunde unei provocări importante – cum va arăta plăcerea de a conduce a viitorului. Evenimentele vor fi marcate de lansarea a patru Vision Vehicles pe parcursul anului, câte unul pentru fiecare marcă a grupului.

I. REPERE ÎN ISTORIE**1. Momente de pionierat în istoria companiei****Lansarea BMW R 32 - o influență majoră în întreaga industrie**

Lansat în 1923, R 32 a fost mai mult decât prima motocicletă care a purtat logo-ul mărcii, cu albastru și alb, pe rezervor. Chiar și atunci, a fost dovada curajului companiei de a se îndepărta de la linia de până atunci pentru a crea primul său vehicul, rezultatul fiind un design dezvoltat complet în jurul motorului. Această abordare nu numai că va o marcă înregistrată pentru construcția de motociclete BMW, ci și o influență majoră în întreaga industrie ca ansamblu.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 2

Lansarea "Born Electric" pentru BMW i - un alt punct de reper care demonstrează puterea de a regândi și de a reforma complet mobilitatea

În combinație cu puterea de a regândi și de a reforma complet mobilitatea, acest curaj de a transforma compania a fost la fel de evident și 90 de ani mai târziu. În 2013, motto-ul „Born Electric” a marcat lansarea pe piață a modelului BMW i3 cu propulsie integral electrică și, odată cu el, începutul unei noi ere. Pe baza unei arhitecturi care cuprinde o celulă a pasagerilor, din carbon ultrașor, montată pe un șasiu din aluminiu, BMW i3 a fost ceva complet nou față de ceea ce se realizase anterior. În schimb, a fost creat pentru a îndeplini cerințele specifice ale electromobilității.

Prezentarea BMW 328, care întruchipează dinamica, estetica și inovația - calități prin care marca BMW se evidențiază și în prezent

La Nürburgring în iunie 1936, prima apariție publică a BMW 328 a avut darul de a defini ambițiile în motorsport ale tinerei mărci. Succesul BMW 328 a fost reprezentat de suma parametrilor săi ingineresti: designul ultrașor aplicat cu rigurozitate, distribuția ideală a maselor, liniile aerodinamice, motorul excelent și ținuta de drum perfectă datorită șasiului reglaj cu meticulozitate. Prin încorporarea acestor calități, BMW 328 a întruchipat tot ceea ce este reprezentativ pentru marca BMW până în prezent: dinamică, estetică și inovație.

BMW 1500 - membrul fondator al "Neue Klasse", un nou segment - sedanul sport de familie

De-a lungul anilor, BMW Group și-a dovedit în repetate rânduri instinctul de a crea automobilele și motocicletele potrivite la momentul potrivit. Multe dintre produsele sale au pus chiar bazele unor segmente complet noi de automobile: de exemplu, la începutul anilor '60, "Neue Klasse" ("New Class") BMW 1500 a devenit membrul fondator al segmentului sedanurilor sport de familie. În prezent, în acest segment este prezent fiecare constructor premium.

Un concept complet nou de motocicletă - "GS" - s-a născut odată cu R 80 G/S

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 3

Spre sfârșitul anilor '70, când concurența din Orientul Îndepărtat era tot mai evidentă, dezvoltatorii de motociclete de la BMW au venit cu o surpriză sub forma unui concept complet nou de motocicletă, lansat în 1980: R 80 G/S. La acea vreme, era primul și singurul off-roader cu motor mare care oferea calitățile de călătorie ale unei motociclete de șosea. "GS" a reprezentat fundația pentru unul dintre cele mai populare tipuri de motocicletă din prezent: enduro travel.

Prezentarea primului "SAV": BMW X5

Conceptul inovator de a combina calitățile de pe șosea cu cele off-road s-a dovedit a fi extrem de promițător - și nu doar pentru motociclete. În 1999, lumea auto încă făcea deosebirea între automobilele pentru șosea și modele off-road pentru teren accidentat. Cu toate acestea, BMW a venit cu o soluție nouă și surprinzătoare care combina cele două universuri. A fost prezentată în ianuarie 1999 la Salonul Auto de la Detroit. Cu mult înainte să înceapă fenomenul SUV, BMW Group a dezvoltat propria interpretare a unui automobil care oferea comportament dinamic și tracțiune integrală, precum și o poziție înaltă a scaunelor pentru pasageri. Numele acestui SAV (Sports Activity Vehicle) dovedea orientarea spre sportivitate: a fost BMW X5, produs la uzina BMW din SUA, la Spartanburg.

Întemeierea BMW Motorsport GmbH - fundația pentru BMW M GmbH

Nu numai produsele au fost cele care au purtat BMW Group spre succes; au fost și deciziile cu caracter de pionierat. O asemenea decizie s-a luat în 1972, atunci când a fost fondată BMW Motorsport GmbH. Pentru factorii de decizie ai companiei, nu era suficient faptul că motorsportul a contribuit la imaginea pozitivă a companiei și a produselor sale; mașinile pe care le producea divizia Motorsport ar fi trebuit să genereze venituri semnificative, cu care să se finanțeze activitățile de motorsport. Până în prezent, produsele BMW M GmbH au o contribuție majoră nu doar la rezultatele companiei, ci și la imaginea acesteia.

Sub coordonarea lui Jochen Neerpasch, primul președinte al companiei, BMW M GmbH performa pe circuit, lansa primele produse BMW M pentru clienți, printre care BMW M1 și BMW M5, pornea proiectul BMW Art Cars, lansa școala de pilotaj și

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 4

condus BMW Fahrer Training (ulterior BMW Driving Experience și MINI Driving Experience) și a lansat BMW Junior, primul program important de promovare a tinerelor talente în motorsport.

Deschiderea "FIZ" - Centrul de Cercetare și Dezvoltare al BMW Group din München

Multe dintre inovațiile BMW Group au fost create în mediul extrem de progresist al Centrului de Cercetare și Dezvoltare pe care compania îl are în München, cunoscut drept FIZ (Forschung und Innovationszentrum). Inaugurată în 1990, clădirea are o structură de fagure, care îmbunătățește colaborarea dintre toate departamentele implicate în dezvoltarea vehiculelor prin reducerea distanței dintre ele. Pe lângă noua clădire, inginerii au fost mai nou organizați în "echipe de dezvoltare a proiectului", ceea ce le-a permis să comunice mai eficient și să rezolve problemele direct la primele prototipuri. Suplimentar, ei puteau menține un contact constant cu designerii, pentru că și aceștia au de atunci birourile în FIZ, și sunt disponibili pentru discutarea propunerilor chiar de la început.

Concentrarea pe activitatea de dezvoltare la FIZ s-a dovedit a fi un mare succes de-a lungul anilor și continuă să evolueze și în prezent. De exemplu, Centrul pentru Teste Aerodinamice al facilității a fost dat prima dată în folosință în 2009 și acum este considerat un punct de reper în întreaga lume. Planurile sunt deja în desfășurare pentru extinderea continuă a FIZ pe parcursul deceniilor următoare.

2. BMW Group: față în față cu trecutul, momente de criză

Pe lângă numeroasele sale succese, BMW Group s-a confruntat și cu mai multe crize și provocări majore de-a lungul istoriei sale.

Anii '30 și '40

În perioada regimului Național Socialist din anii '30-'40, BMW AG a funcționat exclusiv ca furnizor pentru industria de armament a Germaniei. Pe măsură ce cererea pentru motoarele aero BMW a crescut, mâna de lucru formată din condamnații și prizonierii din lagărele de concentrare a fost folosită pentru a ajuta la fabricarea

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 5

acestora. Până în prezent, suferința provocată în acest caz și soarta a numeroși lucrători forțați rămân o chestiune care este regretată profund. În 1983, BMW AG a devenit prima corporație industrială care a inițiat o dezbatere publică despre acest capitol din istoria sa prin publicarea unei cărți intitulată "BMW - Eine Deutsche Geschichte" ("BMW - O istorie germană"). Au urmat mai multe publicații pe această temă. BMW Group s-a confruntat în mod explicit cu acest capitol întunecat al trecutului său, astfel că în 1999 a devenit membru fondator al fundației "Erinnerung, Verantwortung, Zukunft" ("Comemorare, Responsabilitate și Viitor") pentru compensarea foștilor muncitori forțați.

Din anii '90, BMW Group s-a implicat activ în eforturile de a promova deschiderea, respectul și înțelegerea între culturi. (Pentru a afla mai multe despre Responsabilitatea Corporate și Interculturală la BMW Group, vizitați PressClub la: www.bmwgroup.com/en/responsibility/corporate-citizenship/culture.html).

9 decembrie 1959

În anii de după război, BMW, Bayerische Motoren Werke pe numele său complet, își revenea într-un ritm lent. În timp ce Germania anilor '50 se afla în mijlocul "miracolului economic", BMW AG se regăsea într-o criză puternică și era pe punctul de a-și pierde independența prin vânzarea către rivala Daimler-Benz. La Adunarea Generală din 9 decembrie 1959, considerată o întâlnire dramatică, planurile de vânzare au fost blocate de acționarii mici și de dealerii BMW. Impresionat de încrederea pe care acționarii și dealerii o aveau în BMW, unul din acționarii mari ai companiei, industriașul Herbert Quandt, a decis să găsească o soluție alternativă, pe care a discutat-o cu Consiliul de Administrație și cu reprezentanții angajaților. Analizele detaliate au arătat că BMW avea un viitor promițător. Printr-o investiție importantă, acesta avea să devină acționar majoritar. Angajamentul antreprenorial al lui Herbert Quandt și al familiei sale continuă să asigure autonomia BMW AG și în prezent.

Forța și capacitatea de adaptare ale BMW Group au fost dovedite și în anii următori. Criza petrolului de la începutul anilor '70 și achiziția lipsită de succes a Rover în anii '90 au fost două situații dificile. Din ambele însă compania a ieșit mai puternică.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 6

3. Mărcile reprezintă caracterul emoțional al companiei

De-a lungul anilor, BMW Group și-a demonstrat, în nenumărate ocazii, notorietatea brandului. Pe lângă dezvoltarea mărcii BMW principale și realinierea acesteia după criza din 1959, a reușit să transforme și numele BMW Motorrad. În 2001, respectiv în 2003, a reaprins succesul mărcilor britanice MINI și Rolls-Royce cu ajutorul tehnologiilor de ultimă oră.

De atunci, îmbunătățirea continuă a mărcilor BMW, BMW Motorrad, MINI și Rolls-Royce a permis BMW Group să-și asigure o poziție puternică în segmentul premium. "Compania s-a dezvoltat constinuu și uneori chiar s-a reinventat", a spus președintele Consiliului de Administrație BMW AG, Harald Krüger. "Pe măsură ce înaintăm spre viitor, acest lucru nu se va schimba."

II. BMW Group THE NEXT 100 YEARS: anul centenar**Laitmotivul centenarului și noua identitate corporate a BMW Group**

Motto-ul sărbătorii centenare a BMW Group este THE NEXT 100 YEARS (Următorii 100 de ani).

De-a lungul istoriei sale, BMW Group a fost un pionier care a pus un accent clar pe viitor. Aceeași abordare va fi și în centrul activităților sale de sărbătorire a centenarului, care în primul rând dezvăluie ceea ce se află în viitor.

Acest angajament față de viitor și progres este exprimat în mod clar de noua identitate corporate și de noul website. Identitatea corporate include o nouă emblemă, care constă din trei triunghiuri suprapuse care se combină pentru a forma o săgeată. Cele patru elemente din design reprezintă cele patru caracteristici principale ale BMW Group: Responsabilitate, Încredere, Spirit de pionierat și Succes. De asemenea, ele reflectă diversitatea companiei, mărcile și angajații ei.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 7

Website-ul BMW Group, www.bmwgroup.com, a fost actualizat în mod cuprinzător, cu noi facilități tehnice și conținut care livrează o gamă completă a celor mai noi soluții de comunicare online orientate spre viitor.

Evenimentul centenar din 7 martie 2016

La data de 7 martie 2016 - o sută de ani de la ziua în care BMW AG a intrat în registrul comerțului -, BMW Group va lansa activitățile sale centenare.

În dimineața zilei de 7 martie, noua clădire BMW Group Classic din Moosacher Straße 66 își va deschide porțile pentru prima dată, primind jurnaliștii străini la o conferință de presă în care va oferi detalii despre. Moosacher Straße 66 este o adresă semnificativă pentru că este locul unde compania și-a început prima dată activitatea.

În după-amiaza zilei de 7 martie, aproximativ 2.000 de invitați din lumea afacerilor, politică, cercetare, societate și presă vor fi găzduiți de Olympia Halle din München, alături de o serie de dealeri, furnizori și parteneri. Aici, un spectacol multimedia îi va purta prin momentele importante ale istoriei BMW Group și va prezenta interpretarea companiei în ceea ce privește mobilitatea premium a viitorului. Evenimentul va culmina cu dezvelirea unui Vision Vehicle creat de marca principală BMW - BMW VISION NEXT 100.

Evenimentul centenar: transmis partenerilor din lumea întreagă

Succesul BMW Group nu ar fi fost posibil vreodată fără implicarea angajaților săi. În calitate de organizație globală, BMW Group are peste 122.000 de angajați la cele 140 de locații din întreaga lume. Aproape toți vor avea șansa de a se reuni pentru a privi spectacolul din Olympia Halle din München, când acesta va fi transmis în direct prin streaming on-line la facilitățile lor ca parte a propriului eveniment local. O experiență foarte specială va fi transmisiune în direct pe Allianz Arena din München, unde peste 30.000 de angajați din diferite locații și birouri din oraș vor urmări evenimentul de lansare pas cu pas. Pentru angajații BMW Group, un punct de interes va fi Associates' Symbol (Simbolul Partenerilor). Acesta va fi dezvăluit chiar la

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 8

Începutul evenimentului și constă dintr-o serie de fotografii portret ale angajaților din lumea întreagă, care au fost trimise în perioada ce a precedat evenimentul.

Turneul mondial BMW Group: "Impulsuri emblematice. Experiența viitoare a BMW Group"

După evenimentul centenar de la 7 martie, BMW Vision Vehicle va porni într-un turneu mondial BMW Group simbolic, o expoziție itinerantă cu opriri în China, Marea Britanie și SUA.

Pentru premiera sa din Asia, BMW VISION NEXT 100 va călători la Beijing. Ulterior, acesta se va muta la Londra, unde alte două Vision Vehicles se vor alătura, de data aceasta din partea mărcilor britanice ale BMW Group, MINI și Rolls-Royce.

Ultima escală a turneului mondial va fi la Los Angeles (SUA), una din piețele principale ale BMW Group. Aici, ultimul Vision Vehicle, de la BMW Motorrad, va completa cvartetul mărcilor BMW Group.

Imaginarea și dezvoltarea mobilității viitorului este o aspirație principală a BMW Group. Aceasta este ilustrată clar de proiectul "Impulsuri emblematice. Experiența viitoare a BMW Group". Expoziția prezintă viziunea holistică a companiei în ceea ce privește mobilitatea individuală a viitorului - o perspectivă care vede BMW Group și mărcile sale continuând să creeze experiențe pozitive, emoționale și personale de care clienții săi să se bucure.

Cei care vor vizita "Impulsuri emblematice. Experiența viitoare a BMW Group" vor experimenta BMW Group ca un lider de gândire care prezintă viziuni ce depășesc cu mult termenul scurt, oferind o perspectivă multifacțată și care inspiră în privința viitorului mobilității.

Expoziția va acoperi o varietate de tendințe viitoare, care vor avea o influență semnificativă nu doar asupra industriei auto, ci și asupra societății ca ansamblu. Aceasta va explora:

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 9

- Oportunitățile deschise prin digitalizare și conectivitate;
- Rolul în creșterea tehnologiei în viața noastră;
- Viziunea BMW Group privind un viitor sustenabil;
- Angajamentul companiei de extindere a eforturilor sale ca un bun cetățean corporate.

Datele turneului mondial BMW Group:

Beijing (5-15 mai) - BMW VISION NEXT 100 își face debutul în Asia

Londra (16-26 iunie) - sunt prezentate Vision Vehicles MINI și Rolls-Royce

Los Angeles (11-16 octombrie) - are loc premiera mondială a Vision Vehicle BMW Motorrad

Două expoziții, un festival. Experiența Viitorului în "Double Cone" BMW Welt

Componentele principale ale expozițiilor din cadrul turneului mondial BMW Group de la Beijing, Londra și Los Angeles vor fi expuse și la München, ca instalație permanentă, accesibilă tuturor vizitatorilor. Experiența Viitorului din clădirea "Double Cone" a BMW Welt va fi deschisă publicului la 22 martie, reprezentând un punct de atracție suplimentar pentru BMW Welt, care deja primește aproximativ trei milioane de vizitatori în fiecare an și este cel mai important reper turistic din Bavaria.

Expoziție temporară a punctelor de atracție ale companiei: "100 Masterpieces" la Muzeul BMW

100 Masterpieces (100 de Capodopere) este o expoziție temporară prin care BMW Group și mărcile sale vor marca centenarul prin prezentarea punctelor de reper din istoria lor. Din 10 martie 2016, vizitatorii Muzeului BMW vor putea decoperi modele emblematic precum BMW 328, BMW 507 și BMW Turbo, fiecare spunându-și istoria sa. Principalele deciziile de business ce au fost luate de-a lungul celor 100 de ani de istorie a companiei vor avea locul lor special în această expoziție.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 10

"BMW Festival - THE NEXT 100 YEARS". Eveniment de calibru din partea mărcii principale BMW pentru toți partenerii și foștii angajați, public, fani și prieteni

9-11 septembrie 2016 va fi momentul în care München va găzdui BMW Festival - THE NEXT 100 YEARS. Va fi organizat în perimetrul Parcului Olimpic München, inclusiv pe Stadionul Olimpic, Olympia Halle și "Parkharfe", care în mod normal este parcare pentru vizitatorii parcului. Muzeul BMW, BMW Welt și zona din jurul emblematicului sediu central "Patru Clindri" vor fi și ele incluse, iar evenimentele vor fi completate seara de către BMW Festival Night. Prima seară a BMW Festival va fi rezervată exclusiv pentru angajații BMW Group, cea de-a doua va fi deschisă publicului. Personalități marcante și staruri internaționale din lumea muzicii vor urca pe scenă, în timp ce DJ-ii vor asigura o reală atmosferă de festival. (Mai multe informații despre BMW Festival la: www.bmw-festival.de)

**III. VIZIUNEA BMW GROUP ASUPRA VIITORULUI:
TRANSFORMĂRI ȘI CONCEPTE**

Prin alegerea THE NEXT 100 YEARS ca leitmotiv al său, BMW Group a abordat, în mod conștient, un paradox: următorii 100 de ani nu pot fi anticipați - nici de oamenii de știință, nici de politicieni sau strategii în economie. Cu toate acestea, o serie de prognoze credibile există și se bazează pe proiecții viitoare pentru o varietate de date și factori. După o lungă perioadă de cercetare, BMW Group le-a folosit pentru a genera propria viziune asupra lumii de mâine. Decizia a fost luată pentru a se concentra asupra problemelor-cheie și tendințelor importante, globale, care vor avea impact nu doar în ceea ce privește mobilitatea personală, ci vor influența societatea în toate aspectele ei. BMW Group își propune să prezinte, cât mai holistic, o imagine posibilă, cât mai plauzibilă, a următoarelor două-trei decenii, pe baza unor studii importante din surse diferite, precum și pe opiniile unor futurologi renumiți.

Prin combinarea propriilor informații interne cu evaluările realizate de diferite institute de cercetare, BMW Group a creat o imagine cuprinzătoare a viitorului și a

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 11

transformărilor sociale, precum și a nevoilor umane asociate cu acestea. BMW Group crede cu tărie că mobilitatea personală este și va rămâne o nevoie umană fundamentală.

**Urbanizare în expansiune, megaorașe, globalizare și regiuni metropolitane
- versatilitate mobilă**

O caracteristică esențială a transformării prognozate pentru viitor este urbanizarea în expansiune. Specialiștii estimează că până în 2050 peste 75% din populația Europei și aproape 90% din locuitorii SUA vor locui în orașe. În același timp, cerința pentru o individualitate mai mare va crește.

În prezent, deținerea unui automobil este ceva care nu este suficient pentru a asigura îndeplinirea nevoilor personale, în schimbare, și a cerințelor de mobilitate. Drumurile aglomerate, lipsa spațiilor de parcare și accesul limitat sau chiar interzicerea vehiculelor în anumite zone urbane din considerente ecologice sunt doar câteva din barierele ce trebuie depășite acum în zonele urbane. În luna iulie a anului trecut, Centrul de Excelență pentru Mobilitate Urbană al BMW Group a fost creat pentru a înțelege, urmări și a propune rezolvări pentru aceste probleme, iar echipa sa de specialiști lucrează acum cu municipalitățile și toate grupurile de interes relevante pentru a dezvolta concepte sustenabile de mobilitate urbană a viitorului.

Oamenii de pretutindeni vor să poată avea acces la soluțiile de mobilitate potrivite pentru orice situație. Programele car-sharing, precum DriveNow, au pătruns în orașe sub forma unor concepte noi și deja sunt de succes. Cu toate acestea, nevoile oamenilor vor fi cu adevărat îndeplinite doar atunci când diferitele moduri de transport lucrează concertat. Schimbarea diferitelor opțiuni de transport poate consuma timp și poate fi inconvenientă. Sistemul de navigație intermodală, care a debutat la BMW i3, poate calcula trasee care includ și transportul în comun. În prezent, rezervarea automată și sistemele de plată standardizată oferă soluții noi și se urmărește o mai bună integrare a acestora în viitor.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 12

În același timp, oamenii caută o experiență de calitate superioară a transportului. Pe măsură ce timpul devine tot mai prețios, intervalul petrecut pentru a ajunge de la A la B va deveni din ce în ce mai important; oamenii vor dori să utilizeze timpul de călătorie într-o manieră sigură și eficientă, pentru lucru sau relaxare, pentru a se bucura de noi experiențe sau de compania partenerilor. Acesta este motivul pentru care BMW Group Mobility gândește dincolo de produs, extinzându-și aria pentru a include tehnologii și servicii pentru o mobilitate individuală îmbunătățită. Viziunea viitoare a BMW Group este pentru o mobilitate simplă, fără efort, care să fie disponibilă la cerere și personalizabilă individual. În anii și deceniile următoare, BMW Group ar dori să păstreze oamenii în mișcare prin cele mai bune metode posibile.

Tehnologia și digitalizarea. Conectivitatea naturală

Pe parcursul următorului deceniu, industria auto se va schimba mai mult decât în ultimii 30 de ani. Digitalizarea va juca un rol primordial în transformarea acesteia și, ca vector al inovației, BMW Group intenționează să rămână în avangarda acestor dezvoltări din industria auto.

Acum, compania lucrează și este pe punctul de a realiza condusul autonom. Odată cu el vor veni o serie de provocări tehnice, dar și o ocazie importantă pentru revoluționarea mobilității. În viitor, "Plăcerea de a conduce" va fi definită și sub forma unor conducători eliberați prin automatizare.

În prezent, clienții BMW Group beneficiază deja de o gamă de funcții parțial automatizate, toate acestea fiind concepute să le reducă stresul în timpul condusului. De exemplu, noul BMW Seria 7 dispune de Steering Assistant (asistent de direcție) și Lane Departure Warning (avertizare la părăsirea benzii). În următorul pas tehnologic, condusul automat va îmbunătăți siguranța rutieră și va face călătoria și mai confortabilă și eficientă. Acest tip de condus automat, demonstrat de BMW i Vision Future Interaction (prezentat la CES 2016), va juca un rol important în modelarea viitorului mobilității personale și sustenabile.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 13

Un alt domeniu în care BMW Group beneficiază de avantajele digitalizării este producția. Aici, conectivitatea dintre lumea reală și cea digitală oferă un potențial semnificativ în numeroase domenii. Obiectivul este acela de a obține un aranjament conectat și inteligent al producției, în care procesele complexe pot deveni și mai eficiente prin aplicarea tehnologiilor susținute prin IT. Aceste proiecte sunt reunite sub concepte precum „Industry 4.0”.

BMW Group se concentrează în principal pe patru domenii importante cu potențial: obținerea și analiza automată a datelor, precum inspectarea și simularea digitală ale uzinelor, îmbunătățirea siguranței proceselor. Cele mai recente date 3D ale uzinelor fac posibilă planificarea cu precizie, astfel încât noile sisteme și structuri digitale pot fi integrate în peisajele existente. În schimb, aceasta duce flexibilitatea la un nou nivel.

Logistica inteligentă este pregătită să mărească transparența față de rețeaua de furnizori și să optimizeze lanțurile de aprovizionare.

Sistemele inovatoare de automatizare susțin angajații în mod direct în momentul în care aceștia lucrează în producție. Roboții cu utilizare flexibilă, de exemplu, pot lucra alături de oameni pentru a-i asista în sarcinile solicitante fizic.

Producția aditivă, care se referă și la imprimarea 3D, aduce noi soluții în producție. Pe lângă faptul că deschide considerabil mai multe domenii de aplicare pentru o varietate mai mare de forme, producția aditivă permite componentelor să fie produse mai repede și cu calitatea corespunzătoare. În prezent, un exemplu clasic de producție aditivă este realizarea componentelor personalizate în loturi mici. BMW Group crede că acest model de producție are un potențial ridicat pentru producția de serie și realizarea de noi servicii pentru clienți - de exemplu prin personalizarea componentelor vehiculelor și furnizarea de piese de schimb.

Pe termen lung, aceste schimbări vor avea impact și asupra rolului pe care oamenii îl au în producție. În anii și deceniile ce vor urma, oamenii vor deveni creatori și

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 14

facilitatori de procese, chiar mai mult decât sunt în prezent, iar contribuțiile lor vor continua să modernizeze mediul de lucru în care își desfășoară activitatea.

Sustenabilitate. Energie eficientă pentru mediu

Utilizarea energiei cu impact redus este o valoare fundamentală a BMW Group. De peste 15 ani, compania este lider al dezvoltării durabile în industria auto conform clasamentului RobecoSAM al sustenabilității.

BMW Group este conștient de responsabilitatea sa - și a fost încă din 1973. Atunci, BMW a fost primul constructor auto din lume care a numit un Ofițer de Mediu. Mai mult, cu începere din 1990, compania a redus emisiile flotei sale de automobile cu 40% - datorită aplicării tehnologiilor EfficientDynamics, lansate în 2007.

Prin trecerea de la motorul termic la sistemul integral electric și utilizarea unor vehicule precum BMW i3 și scuterul BMW Motorrad C evolution, BMW Group a creat modalități complet noi și revoluționare de experimentare a plăcerii condusului, dezvoltării durabile și interconectivității în mediul urban.

Prin obținerea unei imagini reale a amprente ecologice a oricărui vehicul se înțelege luarea în considerare a întregului ciclu de viață, nu doar durata de viață activă. În consecință, conceptele eficiente de-a lungul întregului lanț de valori sunt esențiale.

Un asemenea concept îl reprezintă gestiunea inteligentă a datelor de energie, care este deja utilizată la uzinele din Spartanburg, Leipzig și Regensburg. Aceasta se bazează pe o serie de contoare inteligente de electricitate, care monitorizează nivelul de energie consumată de sistemele și roboții de producție și compară rezultatele cu datele dintr-o rețea centrală a companiei. Pe lângă reducerea cantității de energie utilizată, gestiunea inteligentă a datelor de energie crește siguranța producției și îmbunătățește calitatea producției. Sistemul a fost dezvoltat ca parte a conceptului de digitalizare a BMW Group și a primit susținere din partea Fondului European de Dezvoltare Regională (ERDF).

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 15

Un alt factor important în reducerea impactului pe care producția vehiculelor îl are asupra mediului este utilizarea energiei din surse regenerabile, precum centralele eoliene și hidrocentralele. Deja, aproximativ 58% din electricitatea cumpărată de BMW Group provine din surse regenerabile. De exemplu, uzina din Moses Lake utilizează hidroenergie; Leipzig utilizează energie eoliană, iar Rosslyn folosește biomasă.

O altă modalitate de economisire a resurselor este prin utilizarea materialelor regenerabile și a celor reciclate. Principalele exemple de la BMW Group includ pielea tăbăcită cu ulei de măsline, kenaf (fibă vegetală din bambus cu ritm de creștere rapid care permite utilizare sustenabilă) și utilizarea fibrelor din PET-uri reciclate pentru tapițeria scaunelor. Până în anul 2020, BMW Group intenționează să scadă consumul de energie, apă, deșeuri și solvenți per vehicul produs cu 45%.

Pe termen lung, obiectivul este acela de a crea un ciclu complet neutru, de la achiziția și producția materialelor până la utilizarea și reciclarea produsului. (Pentru a afla mai multe despre sustenabilitate la BMW Group, vizitați:

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

IV. BMW VISION NEXT 100: CUM VA ARATĂ "PLĂCEREA DE A CONDUCE" A VIITORULUI?

Încercarea de a imagina modul în care vom trăi și cum ne vom deplasa în viitor este pe cât de provocatoare, pe atât de fascinantă. Cum se vor schimba condițiile sociale, economice și de viață? Și care va fi impactul asupra mobilității noastre? Ce posibilități interesante noi vor aduce noile tehnologii? Și ce efect vor avea digitalizarea și conectivitatea asupra cerințelor noastre auto?

Pentru a marca anul centenar în 2016, BMW Group privește mai departe în viitor decât în mod obișnuit printr-o serie de Vision Vehicles concepute să anticipeze și să răspundă nevoilor viitoare de mobilitate ale oamenilor. De-a lungul anilor următori,

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 16

mobilitatea va deveni tot mai diversă. Într-un viitor nu foarte îndepărtat, cele mai multe automobile vor fi, probabil, complet autonome - oameni se vor deplasa în roboți pe roți. Prin urmare, date fiind aceste dezvoltări, cum va fi justificată existența automobilelor de către BMW, o marcă pentru care individul și "Plăcerea de conduce" reprezintă chintesența? Și cum vor fi transferate în viitor valorile mărcii BMW?

În dezvoltarea BMW VISION NEXT 100, principalul obiectiv a fost crearea nu doar a unui automobil autonom, ci a unuia care este foarte personalizat și complet orientat să îndeplinească fiecare nevoie a conducătorului - deoarece conexiunea foarte emoțională dintre un BMW și conducătorul său este ceva ce compania își propune să păstreze ca definitiv.

Pentru BMW VISION NEXT 100, echipa de design a luat în considerare tendințele și dezvoltările tehnologice care vor fi cele mai relevante pentru BMW în deceniile următoare. De asemenea, echipa a luat și multe dintre indicii din inovațiile și proiectele de design din trecut. Cu toate acestea, principalul factor a fost ceva care dintotdeauna a reprezentat o caracteristică a mărcii BMW: dorința de a fi fără compromisuri în orientarea sa viitoare pe tehnologii și valoarea pentru client.

Adrian van Hooydonk, director BMW Group Design: "Ca designer, dacă ai posibilitatea de a-ți imagina ceva, este o șansă bună ca într-o zi să devină realitate. Așa că obiectivul nostru cu BMW VISION NEXT 100 a fost să dezvoltăm un scenariu viitor cu care oamenii să se asocieze. Tehnologia va face progrese semnificative, va deschide posibilități noi fantastice care ne vor permite să oferim conducătorului un grad și mai mare de asistență pentru o experiență a condusului și mai intensă".

"Opinia mea este că tehnologia ar trebui să fie cât mai intuitivă posibil în funcționare și ca experiență astfel încât interacțiunile viitoare dintre om, mașină și mediul înconjurător să devină perfecte. BMW VISION NEXT 100 arată modul în care ne propunem să modelăm acest viitor."

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 17

Patru concepte care stau la baza BMW VISION NEXT 100:**1. Un BMW veritabil este mereu orientat către conducător**

În ultimele luni și ani, cea mai importantă tendință actuală din industria auto a devenit atât de răspândită încât nu mai este o chestiune de "dacă", ci "când": condusul autonom. De asemenea, BMW Group consideră că toți conducătorii BMW vor putea să-și lase automobilele să facă treaba - însă doar atunci când conducătorul dorește. BMW VISION NEXT 100 rămâne un BMW veritabil, care oferă o experiență intensă a "Plăcerii de a conduce".

2. Inteligența artificială și tehnologia intuitivă se contopesc

Mergând în viitor, automobilele vor fi complet conectate, iar tehnologia digitală va deveni atât de normală încât va pătrunde în aproape orice domeniu al vieții noastre. Digitalizarea tot mai mare va face ca lumea fizică și cea digitală să se unească tot mai mult. Inteligența artificială va învăța de la noi, anticipând multe dintre dorințele noastre și lucrând în fundal pentru a efectua sarcinile pe care i le delegăm. Modul în care oamenii și tehnologiile interacționează va fi transformat: ecranele și touchscreen-urile vor fi înlocuite prin forme mai intuitive de comunicare și interacțiune om-mașină. Și mai bine: tehnologia va deveni mai umană.

3. Noi materiale deschis oportunități importante

Cum vor fi produse automobilele în viitor? La un moment dat, presele care lovesc sute de mii de piese de oțel ar putea deveni demodate - utilizarea carbonului poate fi deja un prim indiciu al mării schimbări care este iminentă în lumea materialelor și a producției de automobile. Tehnologiile precum producția rapidă și imprimarea 4D nu vor produce componente sau obiecte, ci materiale inteligente conectate și ar putea înlocui în curând instrumentele convenționale pentru a deschide posibilități nebănuite în design și inginerie.

4. Mobilitatea va rămâne o experiență emoțională

Automobilele BMW nu au fost niciodată pur utilitare sau doar un mijloc de a ajunge dintr-un loc în altul. Mult mai mult, un BMW este despre a privi spre următorul viraj, a

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 18

simți puterea motorului și a te bucura de sentimentul de viteză; este despre experiența senzorială, fluxul de adrenalină sau acel moment intim la care călătoria începe, indiferent că este vorba despre un conducător solitar sau unul care călătorește cu un prieten apropiat ori cu persoana iubită. Mergând în viitor, toate acestea nu se vor schimba - pentru că experiența emoțională a mobilității este bine fixată în memoria și esența companiei. Prin păstrarea conducătorului în prim-plan, BMW VISION NEXT 100 va spori această experiență emoțională într-un mod fără precedent.

BMW VISION NEXT 100: un automobil pentru mobilitate viitoare

- De la conducător la "Ultimate Driver" (Conducătorul Suprem) - prin inteligența digitală.
- "Alive Geometry" (Geometria Vie) permite o interacțiune intuitivă între conducător și automobil.
- Modurile de condus "Boost" și "Ease" permit operarea controlată de conducător sau automobil.
- "Companion": partenerul digital inteligent conectează conducătorul și automobilul.
- Exteriorul BMW caracteristic.
- Materiale ale viitorului.

De la conducător la Ultimate Driver - prin inteligența digitală

În viitor, conducătorii BMW vor dori în continuare să petreacă majoritatea timpului disponibil în automobil, la volan. La BMW VISION NEXT 100, atenția rămâne concentrată pe conducător, iar conectivitatea constantă, inteligența digitală și tehnologiile de ultimă oră vor fi disponibile pentru susținere. Dar aceasta nu este tot: BMW VISION NEXT 100 va transforma conducătorul în "Ultimate Driver" (Conducătorul Suprem). Chiar dacă lumea va fi în schimbare, "Plăcerea de a conduce" este aici și va rămâne - și va fi mai intensă ca niciodată.

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 19

În conceperea BMW VISION NEXT 100, punctul de start a fost interiorul. În anii următori, experiența conducătorului va deveni tot mai importantă și, decât să aibă doar sentimentul că se află într-un automobil care se conduce singur, ar trebui să simtă că stă într-unul care a fost conceput special pentru ei. Această idee a dat naștere unei arhitecturi în care habitacul pare foarte spațios în comparație cu dimensiunea totală a automobilului, în timp ce păstrează liniile exterioare specifice unui BMW. În ciuda interiorului boltit, BMW VISION NEXT 100 păstrează silueta athletică ușor de recunoscut a unui sedan BMW.

Designul interiorului permite diferite moduri de operare: modul Boost, în care conducătorul deține controlul, și modul Ease, în care conducătorul se relaxează și lasă automobilul să preia comanda. În Ease, automobilul devine un loc de răsfăț, cu mult spațiu, iluminat agreabil și o atmosferă confortabilă. În Boost, conducătorul preia comanda și beneficiază de o susținere subtilă și intuitivă din partea automobilului. În orice moment, automobilul învață tot mai mult despre persoana aflată la volan, datorită inteligenței sale senzoriale și digitale, pe care BMW Group o numește "Companion" (Partenerul). Acesta din urmă învață progresiv să ofere tipul corect de susținere pentru a transforma conducătorul în "Ultimate Driver" (Conducătorul Suprem).

Un element foarte important al Vision Vehicle este o altă inovație, cunoscută drept Alive Geometry (Geometrie Vie), un detaliu care nu a mai fost niciodată prezentat la un automobil. Aceasta constă dintr-un tip de sculptură 3D, care funcționează atât în interiorul automobilului, cât și în exteriorul acestuia.

Alive Geometry permite interacțiunea între conducător și automobil

Alive Geometry constă din aproximativ 800 de triunghiuri mobile care se află în panoul de instrumente și în anumite zone ale panourilor laterale. Ele funcționează tridimensional, comunicând foarte direct cu conducătorul prin mișcările lor, care sunt mai mult ca niște gesturi decât ca reprezentări bidimensionale pe un ecran. Chiar și cea mai mică mișcare periferică este perceptibilă pentru conducător. În combinație

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 20

cu Head-Up display, Alive Geometry combină analogul și digitalul într-o manieră unică.

Triunghiurile lucrează în același fel precum un stol de păsări în zbor controlat, mișcările coordonate ale acestora acționând ca semnale care sunt ușor de înțeles de către pasageri. În combinație cu Head-Up Display, ele îl implică pe conducător într-o formă de comunicare preconștientă, unde un semnal intuitiv prezice un eveniment în timp real iminent.

În prezent pot fi văzute diferite abordări care par să confirme fezabilitatea acestei soluții. De exemplu, crearea rapidă de prototipuri și producția rapidă câștigă importanță continuu și sunt susceptibile de a fi un lucru obișnuit peste 30 de ani. Chiar dacă, în prezent, rămâne dificil de imaginat cum sute de triunghiuri mici ar putea fi coordonate pentru ca Alive Geometry să funcționeze, în anii următori va fi posibil pe măsură ce se înlocuiesc metodele standard de producție a automobilelor din prezent. În viitor, va deveni posibil să se producă forme mult mai complexe și mai flexibile. În contextul BMW VISION NEXT 100, acesta este motivul pentru care BMW Group face trimitere la imprimarea 4D, un proces care adaugă componentelor un al patrulea nivel: cel funcțional. În anii ce vor urma, componentele imprimate fabricate în acest mod vor integra direct funcțiile care astăzi trebuie concepute și produse separat, înainte de a fi încorporate într-un ansamblu.

În acest moment, lumea digitală este puternic legată de afișaje; următorul pas vor fi LEDurile organice - cu alte cuvinte, afișaje care își pot schimba forma în mod liber. Cu toate acestea, Vision Vehicle sugerează că, la un moment dat, nu vor mai exista afișaje. În schimb, întregul parbriz va servi drept un monitor gigant, chiar în fața conducătorului. În viitor, lumea digitală și cea fizică se vor uni considerabil, așa cum dovedește și Alive Geometry, de exemplu, prin modul în care bordul analog interacționează cu Head-Up Display digital din parbriz.

Modurile de condus Boost și Ease pentru operare controlată de conducător sau automobil

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 21

În modurile Boost și Ease, elementele și tehnologiile automobilului permit ca experiența condusului să fie mai intensă sau mai relaxată, în funcție de ceea ce este necesar. Tranziția între moduri este impresionantă și perfect orchestrată, iar Alive Geometry capătă noi valențe. În modul Boost, când conducătorul este concentrat complet pe drum, Alive Geometry evidențiază trasa ideală sau punctul de virare posibil și avertizează în legătură cu vehiculele din sens opus. Obiectivul nu este să-l facă pe cel de la volan să conducă mai repede, ci acest tip de suport îl transformă într-un pilot semnificativ mai bun. În plus, răspunsul intuitiv are un impact mai fizic și imediat decât o voce de robot sau instrucțiunile de pe ecran. Pe de altă parte, în modul Ease, Alive Geometry este mai discretă în mișcări, informând pasagerii cu privire la traseul următor și orice manevre de accelerare și de frânare care urmează.

În modul Boost, întregul automobil se concentrează pe conducător, oferind susținere inteligentă pentru maximizarea experienței condusului. Scaunul și volanul își modifică poziția, iar consola centrală se mișcă pentru a deveni mai puternic orientată înspre conducător. Când călătoria începe, conducătorul poate interacționa cu automobilul prin intermediul controlului prin gesturi.

Contactul analog prin BMW Head-Up Display al viitorului utilizează întregul parbriz pentru comunicarea cu conducătorul. În modul Boost, accentul este pus exclusiv pe ceea ce contează cu adevărat pentru conducător: informații precum trasa ideală, punctul de virare și viteza. Suplimentar, conectivitatea integrală, senzorii inteligenți și schimbul permanent de date permit ca Head-Up Display să genereze o imagine digitală a mediului înconjurător al automobilului. De exemplu, în condiții de ceață, conducătorul poate beneficia de informații precum vehiculele ce se deplasează în față, înainte ca acestea să fie vizibile. În plus, prin faptul că învață tot mai mult despre conducător, sistemul se îmbunătățește continuu, concentrându-se pe crearea, în orice moment, a celei mai intense și personale experiențe de condus posibilă.

Tranziția în modul Ease aduce o schimbare completă a ambianței interioare. Volanul și consola centrală se retrag, iar tetierele se mută într-o parte pentru a crea o atmosferă relaxată și primitoare. Scaunele și panourile ușilor se unesc pentru a forma

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 22

o singură unitate, ceea ce permite conducătorului și pasagerilor să stea ușor înclinați. Aceasta le ușurează statul față în față și într-o poziție mai relaxată pentru o comunicare mai bună. În același timp, Head-Up Display oferă pasagerilor conținut personalizat, alături de informațiile și funcțiile entertainmentul pe care aceștia și-l doresc.

În funcție de modul de condus, accentul schimbărilor automobilului - concentrarea pe esențialul pentru conducător în modul Boost și împrejurimile și atmosfera în modul Ease - evidențiază, de exemplu, peisajele impresionante sau clădirile de interes pe lângă care trece automobilul.

Dacă automobilul este în modul Boost sau Ease este vizibil în mod clar și pentru ceilalți participanți la trafic întrucât grila radiatorului, farurile duble și stopurile de forma literei L acționează ca un instrument de comunicare. Culorile diferite ale luminii indică modul pe care automobilul îl utilizează în momentul respectiv.

Companion: partenerul digital inteligent conectează conducătorul și automobilul

Companion este simbolizat de un mic element sculptural, care reprezintă conexiunea conducător-automobil. Având forma unei pietre prețioase mari, acesta este poziționat în centrul bordului, imediat sub parbriz, unde simbolizează inteligența, conectivitatea și disponibilitatea BMW VISION NEXT 100. De asemenea, reprezintă schimbul constant de date: cu cât învață mai mult despre proprietar și obiceiurile sale de mobilitate, cu atât devine mai inteligent. La un moment dat, îl cunoaște atât de bine pe conducător încât realizează automat sarcinile de rutină pentru acesta și oferă sfaturile potrivite atunci când este nevoie. Indiferent de automobil în sine, învățarea continuă face Companion tot mai valoros pentru proprietarul său.

De asemenea, Companion joacă un rol important în comunicarea conducător-automobil când mașina trece din modul Boost în modul Ease. În timp ce conducătorul se concentrează asupra traseului în modul Boost, Companion rămâne plat în bord. Dar când BMW VISION NEXT 100 preia controlul în Ease, "Partenerul"

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 23

se ridică pentru a crea o interfață cu parbrizul. Un semnal luminos avertizează conducătorul că automobilul este pregătit pentru un condus complet automat. Pentru ceilalți participanți la trafic, Companion are o funcție similară, semnalizând prin propria lumină, precum și prin cele ale automobilului că mașina funcționează în modul automat. În anumite situații de trafic, Companion este în contact vizual cu alți participanți la trafic, ajutând pietonii să traverseze drumul prin intermediul unui gradient verde din partea frontală a mașinii.

Exteriorul BMW caracteristic

Designul BMW Vision Vehicle este caracterizat de o combinație de sportivitate specifică unui coupé și eleganța dinamică a unui sedan. Cu o lungime de 4,90 metri și o înălțime de 1,37 metri, automobilul are dimensiuni exterioare compacte. Cu toate acestea, în interior, are dimensiunile unui sedan BMW de lux.

Roțile mari sunt poziționate la limita exterioară a caroseriei, oferind automobilului atitudinea dinamică specifică BMW. Când vine vorba de aerodinamică, Alive Geometry exterioară contribuie la un efect remarcabil: când roțile pivotează pentru direcționarea automobilului, caroseria le menține acoperite ca și cum ar fi un înveliș flexibil, acomodându-se diferitelor poziții ale acestora. Designul inovator al BMW VISION NEXT 100 oferă un coeficient de rezistență extrem de redus, 0,18.

Exteriorul automobilului are o culoare ca a cuprului, concepută să sublinieze ideea că automobilele BMW ale viitorului ar trebui să fie percepute tehnic, dar au o căldură a lor - simbolizată prin legăturile strânse dintre automobil și conducătorul său.

Această relație începe imediat ce conducătorul se apropie de automobil: tehnologiile inteligente cu senzori deschid automat ușile-aripă. Pentru a oferi conducătorului mai mult spațiu de acces, volanul este la același nivel cu bordul. Odată așezat, întreaga gamă de sisteme este activată prin apăsarea logo-ului BMW din mijlocul bordului. Ușile se închid, volanul înaintază, iar experiența condusului începe.

Materialele viitorului

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS

Pagina 24

Designerii BMW VISION NEXT 100 au folosit în primul rând țesături realizate din materiale reciclate sau regenerabile. Componentele de carbon vizibile și invizibile, precum panourile ușilor, sunt realizate din reziduuri rezultate din producția normală de fibră de carbon. În viitor, alegerea materialelor va deveni și mai importantă pe tot parcursul proceselor de design și producție.

Cu timpul, alte materiale noi vor fi adăugate în combinație, ceea ce va permite apariția unor forme diferite de automobile. Pentru a economisi resurse și pentru a susține o producție mai sustenabilă, vor fi utilizate mai puțin lemnul și pielea, în timp ce materialele inovatoare și posibilitățile noi ulterioare de design și producție vor veni treptat în prim-plan. Această abordare este exemplificată deja de utilizarea unor textile de calitate și a monomaterialelor ușo reciclabile și de eliminarea pielii din interiorul BMW VISION NEXT 100 (Fotografii și imagini TV ale Vision Vehicle pot fi găsite la: www.presa.bmw.ro).

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România**Alexandru Șeremet**

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com**BMW Group**

Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 30 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2015, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,247 milioane de automobile și aproape 137.000 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2014 a fost de aproximativ 8,71 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 80,40 miliarde de

Comunicat de presă

Titlu BMW Group: THE NEXT 100 YEARS
Pagina 25

euro. La 31 decembrie 2014, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 116.324 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

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

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

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.ro

www.presa.mini.ro

www.press.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup-sport.com