



Comunicat de presă
23 ianuarie 2023

Lansarea unui Supplierthon pentru "Metaverse și alte Experiențe Virtuale" pentru inovație de tip crowd-source - înscrie-te acum!

Apel pentru înscrieri de soluții Metaverse pentru a rezolva provocările industriale specifice. +++ Oportunitatea unui parteneriat cu BMW Group pentru echipele câștigătoare.

București/München. BMW Group Supplierthon, cu accent pe "Metaverse și alte Experiențe Virtuale" a început miercuri, 18 ianuarie 2023. Obiectivul este de a atrage cercetători, companii start-up și lideri tehnologici de pionierat din cadrul comunității globale Metaverse pentru a obține o perspectivă din exterior.

Înscrieri aici: [Link către Metaverse Supplierthon](#)

Metaverse este următoarea iterație a internetului: un spațiu virtual 3D unic, captivant, în care oamenii experimentează viața în moduri în care nu ar putea-o în lumea fizică. Supplierthon va da puterea celor înscriși să-și aducă la viață ideile inovatoare și vizionare pentru Metaverse. Specialiștii de la BMW Group au identificat provocări în trei domenii diferite (pentru detalii vezi mai jos): **Pregătirea automobilelor, Experiența în mașină și Ecosisteme virtuale.** BMW Group consideră că experiențele virtuale ar putea face o diferență semnificativă prin consolidarea întregii experiențe de client, a valorii produsului și ar putea avea un impact asupra întregii industrii auto în viitor.

Înscrierile au început din 18 ianuarie 2023, iar primul termen-limită de depunere este 15 martie 2023. Ideile care sunt depuse vor fi examinate și analizate de un juriu de specialitate care va selecta finaliștii. Ei vor trece în runda a doua, unde ideile vor fi dezvoltate în continuare pentru a produce soluții de afaceri reale, până la 10 mai 2023. A doua etapă se va încheia cu un eveniment de prezentare în care finaliștii își vor prezenta soluțiile unui grup de specialiști după care câștigătorii sunt anunțați la 24 mai 2023. Câștigătorii vor avea ocazia de a colabora cu BMW Group și, de asemenea, vor fi implicați în implementarea proiectelor-pilot.

BMW Group este un pionier când vine vorba de virtualizare și acum face un pas mai departe

Supplierthon pentru "Metaverse și alte Experiențe Virtuale" evidențiază faptul că BMW Group joacă un rol principal în eforturile de a aduce la viață următorul nivel de interacțiune umană digitalizată. BMW Group generează valoare prin dezvoltarea constantă a unei interacțiuni mai mari și a experiențelor mai captivante folosind XR¹ și Web 3.0, bazându-se pe un spectru bogat de cazuri de utilizare, dintre care unele sunt deja conectate, de-a lungul întregului lanț de valori. Pentru a se asigura că soluția sa este coerentă, BMW Group dezvoltă în prezent o platformă Metaverse strategică, centralizată.



Comunicat de presă

Dotă 19 ianuarie 2023

Temă Lansarea unui Supplierthon pentru "Metaverse și alte Experiențe Virtuale" pentru inovație de tip crowd-source - înscrie-te acum!

Pagină 2

În decembrie 2022, compania a devenit unul dintre primii producători de automobile care s-a alăturat Forumului de Standarde Metaverse. Compania adoptă o abordare completă în trei dimensiuni strategice: un Metaverse corporate, un Metavers comercial și un Metaverse în automobil, așa cum recent a demonstrat studiul BMW i Vision Dee și al său Mixed Reality Slider, care au fost prezentate la CES de la Las Vegas. Metaverse Supplierthon se va concentra doar pe cazuri de utilizare în mașină.

"Din perspectiva noastră, industria noastră este în proces de transformare pas cu pas, extinzând experiențele umane într-un univers virtual condusă de metavers", declară Rudi Bencker, vicepreședinte executiv de Cercetare Globală, Tech Offices și Cooperări de Dezvoltare.

"Cu acest Crowd Innovation Challenge, dorim să facem următorul pas și să invităm comunitatea globală metaverse să-și împărtășească abordările inovatoare și vizionare în spectrul Metaverse", spune Florian Weig, vicepreședinte executiv pentru Achiziții și Rețeaua de Furnizori Digitale.

Provocări specifice pentru Metaverse Supplierthon

- **Pregătirea automobilului:**
Crearea infrastructurii potrivite cu noi tehnologii, cum ar fi 5G, cloud computing și interfețe umane (de exemplu, ochelari inteligenți, dispozitive portabile și biosenzori) va fi o parte critică a acestei evoluții. Cu ajutorul tehnologiilor de realitate mixtă, cum ar fi AR² și VR³, IoT, învățarea automată și tehnologia senzorilor, automobilul fizic va fuziona cu universul virtual pentru a îmbunătăți diferite puncte de contact ale viitoarei mobilități premium.
- **Experiența în mașină:**
Automobilele pregătite pentru Metaverse vor crea experiențe mai captivante în mașină. Prin integrarea celor mai recente tendințe pentru dispozitivele specifice CE, cum ar fi căștile, ochelarii și sistemele de senzori, atât conducătorul, cât și pasagerii (pe locurile din spate) vor putea interacționa cu automobilul în moduri diferite, iar universurile fizic și digital vor fi îmbinate în timp real. Interoperabilitatea între diferite platforme va permite utilizatorilor accesul la tot felul de conținut într-un singur loc, creând și mai multe experiențe interactive și personalizate.
- **Ecosisteme virtuale:**
Datorită naturii sale deschise și descentralizate, Metaverse nu numai că introduce o societate cu totul nouă, ci și un ecosistem cu noi oportunități pentru sectorul auto. Cu tehnologii bazate pe blockchain, cum ar fi criptomonede, active și contracte inteligente, Metaverse deschide noi oportunități de afaceri de-a lungul



Comunicat de presă

Dotă 19 ianuarie 2023

Temă Lansarea unui Supplierthon pentru "Metaverse și alte Experiențe Virtuale" pentru inovație de tip crowd-source - înscrie-te acum!

Pagină 3

întregii călătorii a clienților. De la afaceri noi (de exemplu, configuratoare de mașini și piețe NFT) până la postvânzare, va fi creat un ecosistem virtual complet nou, permițând clienților să experimenteze și să se implice cu marca în moduri complet noi.

- **Metodologia unui Supplierthon:**

Un Supplierthon este o metodă de avangardă pentru cercetare a inovației care permite identificarea de noi parteneri și sprijină integrarea rapidă în ecosistemul BMW Group. BMW Group a obținut rezultate semnificative din provocările trecute, care s-au concentrat pe tehnologiile de Calcul Cuantic, Orașe Inteligente și Automobile Conectate. Folosind un proces de evaluare a cercetării, identificăm finaliști cu potențial ridicat. Câștigătorii provocării vor fi anunțați public și vor avea ocazia să își prezinte soluția la zilele de digitalizare ale BMW Group.

¹ Realitate extinsă (XR): Realitatea extinsă multisenzorială integrează Realitatea Mixtă (MR), Realitatea Virtuală (VR), Realitatea Augmentată (AR) și cele cinci simțuri tradiționale, vederea, auzul, mirosul, gustul și atingerea.

² Augmented Reality (AR) descrie extensia asistată de computer a percepției realității, adaugă informații noi universului fizic observat.

³ Realitatea virtuală (VR) este reprezentarea și percepția simultană a unei realități aparente și a proprietăților sale fizice într-un mediu virtual interactiv generat de computer în timp real.

⁴ Realitate mixtă (MR) cuprinde medii sau sisteme care combină percepția naturală și artificială, suprapune o lume digitală peste lumea reală.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România

Alexandru Șeremet

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com



Comunicat de presă

Dotă 19 ianuarie 2023

Temă Lansarea unui Supplierthon pentru "Metaverse și alte Experiențe Virtuale" pentru inovație de tip crowd-source - înscrie-te acum!

Pagină 4

BMW Group

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. Rețeaua de producție a BMW Group cuprinde 31 de facilități de producție și asamblare în 15 țări; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2021, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2,5 milioane de automobile și peste 194.000 de motociclete. În anul fiscal 2021, profitul brut a fost de 16,1 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 111,2 miliarde de euro. La 31 decembrie 2021, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 118.909 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Compania stabilește traseul pentru viitor încă dintr-o fază incipientă și în mod constant face ca dezvoltarea sustenabilă și gestiunea eficientă a resurselor să fie o piesă centrală a direcției sale strategice, de la lanțul de aprovizionare, trecând prin producție, până la finalul fazei de utilizare a tuturor produselor sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: [http://www.facebook.com/BMW.Romania](https://www.facebook.com/BMW.Romania)

Twitter: [http://twitter.com/bmwromania](https://twitter.com/bmwromania)

YouTube: [http://www.youtube.com/bmwgroupromania](https://www.youtube.com/bmwgroupromania)

Instagram: [http://www.instagram.com/bmwromania](https://www.instagram.com/bmwromania)

LinkedIn: [http://www.linkedin.com/company/bmwromania](https://www.linkedin.com/company/bmwromania)

Site de presă: press.bmwgroup.com/romania