

Comunicat de presă

21 noiembrie 2025

Utilizarea mai eficientă a automobilului prin aplicații inteligente și gamification

Soluții inteligenete pentru o informare mai bună pentru educație și schimbarea comportamentului. +++ Trei proiecte-pilot ale BMW Group au fost finalizate pentru a încuraja utilizarea eficientă a automobilelor. +++ Recompensele vizuale pentru condusul eficient din punct de vedere energetic și informațiile despre călătorii și emisiile de CO₂ în timp real ale mixului de electricitate se dovedesc de impact.

București/Rotterdam/München. Inițiativele BMW Group în colaborare cu mai multe orașe includ cercetarea mobilității și soluții-pilot, pentru a eficientiza condusul și traficul și pentru a reduce congestiunea traficului. Comportamentul utilizatorilor în utilizarea automobilului are un impact major în orașe în ceea ce privește emisiile de CO₂ și traficul. De aceea, BMW Group cercetează cum poate face comportamentul de mobilitate al utilizatorilor mai prietenos cu orașele, răspunzând însă și nevoilor lor individuale. Prin colaborări strategice, cum ar fi cu municipalitatea din Rotterdam, ambele părți pot obține informații aprofundate despre nevoile orașului și despre soluțiile cu impact pentru conducătorii auto. Comportamentul de mobilitate, după cum arată cercetările BMW Group, poate fi influențat eficient prin "nudging", prin motivarea pozitivă.

Prin experiențe digitale captivante, compania își propune să îmbunătățească experiența de condus și să ne încurajeze clienții să își utilizeze automobilele mai eficient. Recent, au fost finalizate trei proiecte-pilot bazate pe stimulente relativ mici. Rezultatele obținute prin acestea sunt promițătoare.

Repere

Proiectul de cercetare numit "My Travels" (Călătoriile mele), desfășurat în Olanda în a doua jumătate a anului 2024 cu modele BMW, a furnizat utilizatorilor un raport despre durata călătoriilor efectuate și a oferit informații despre alternative realiste, cum ar fi deplasarea pe jos, cu bicicleta sau cu transportul public. Rezultatele au arătat că simpla obținere a unei alte perspective asupra propriului comportament de călătorie, inclusiv informații despre durata călătoriilor și opțiunile alternative de călătorie, oferă stimulente pentru a alege un mod de transport alternativ în locul mașinii. Acest rezultat se aliniază perfect cu dorința municipalității din Rotterdam de a elibera drumuri pentru cei care au cu adevărat nevoie să le folosească.

Comunicat de presă

Titlu Utilizarea mai eficientă a automobilului prin aplicații inteligente și gamification

Pagina 2

În plus, BMW Group a implementat un proiect-pilot cu o abordare de gamification pentru a reduce amprenta produselor în faza de utilizare. Datele din lumea reală de la utilizarea modelelor BMW și MINI arată că un condus în "Green" mai eficient are ca rezultat, în general, o reducere medie a consumului cu 7%. Obiectivul proiectului-pilot "Artwork Challenge" a fost de a stimula conducătorii să folosească acest mod. Acesta a fost realizat în primul trimestru al acestui an pe modelele MINI electrice de ultimă generație, Countryman și Cooper, explorând dacă gamification poate încuraja un comportament de condus mai eficient. În acest proiect-pilot, opera de artă virtuală - o imagine generată de inteligența artificială - devenea mai detaliată pe măsură ce utilizatorul conducea mai mult în Modul Green. Rezultatele proiectului-pilot arată că acest lucru i-a încurajat pe participanți să își mărească ponderea călătoriilor în Modul Green cu 60%.

În cele din urmă, proiectul de cercetare "COOL" (CO₂ Optimal Charging) a fost un experiment în teren care a început în aprilie 2025. Obiectivul său a fost de a oferi conducătorilor de automobile plug-in hybrid și electrice informații despre comportamentul de încărcare și emisiile de CO₂ asociate. Prin utilizarea unei aplicații simple și informative care arată emisiile de CO₂ per kWh de electricitate în timp real și care alertează utilizatorul atunci când acestea scad sub o anumită valoare în funcție de mixul de energie în timp real, este susținută decizia utilizatorului de a încărca la un interval orar cu emisii reduse de carbon.

În total, 355 de conducători de modele BMW electrice și plug-in hybrid au participat la acest proiect, care a adus cel puțin două rezultate valoroase. Gamification a crescut încărcarea automobilelor electrice cu nivel redus de emisii de CO₂ cu 6% și sugerează că până și participanții deja conștienți de mediu continuă să fie dispuși să ia măsuri suplimentare pentru a-și reduce impactul de CO₂ prin încărcarea automobilelor cu nivel redus de CO₂.

Municipalitatea din Rotterdam și BMW Group vor folosi cunoștințele dobândite pentru a dezvolta concepte de mobilitate mai sustenabile, orientate către utilizator, care să îmbunătățească atât mobilitatea individuală, cât și ecosistemul mobilității urbane.

Context și detalii despre "My Travels Distances & Alternatives"

Acest proiect de cercetare a pornit de la o teză de licență supervizată de Universitatea din Münster. Universitatea Erasmus din Rotterdam a fost implicată ca partener de cercetare obișnuit al BMW Olanda în proiectarea și analiza sondajului de feedback.

Comunicat de presă

Titlu Utilizarea mai eficientă a automobilului prin aplicații inteligente și gamification

Pagina 3

300 de participanți, conducători de modele BMW și MINI din întreaga țară, au primit o aplicație de testare care oferea o imagine clară asupra obiceiurilor de călătorie, la un nivel mai detaliat decât funcția "My Trips" deja cunoscută clienților BMW și MINI din aplicațiile My BMW și MINI.

Aplicația conține două elemente: Distanțe și Alternative. Primul a oferit conducătorului transparență asupra călătoriilor sale cu automobilul. O diagramă circulară a permis utilizatorilor aplicației să vadă dintr-o privire câte călătorii au făcut săptămânal pe distanțe de până la un kilometru, 1-5 kilometri și 5 kilometri sau mai mult. Alternativele au oferit o perspectivă asupra soluțiilor alternative pentru anumite călătorii: pe jos, cu bicicleta sau cu transportul public, inclusiv indicând economia de distanță și/sau timp.

Cercetarea și-a propus să verifice dacă utilizatorii activi ai aplicației reduc mai multe călătorii pe baza raportului de călătorie și a recomandărilor pentru moduri de transport alternative decât utilizatorii inactivi.

Rezultatele studiului "My Travels Distances & Alternatives"

Per total, analiza a indicat că utilizatorii activi ai aplicației au redus o călătorie cu automobilul pe săptămână, comparativ cu participanții care nu au utilizat aplicația. Aceasta înseamnă că simpla obținere de informații despre propriul comportament de călătorie și despre opțiunile alternative de călătorie oferă stimulente pentru a lăsa automobilul neutilizat o dată pe săptămână, cu potențial de a reduce traficul din oraș.

Analizând deplasările săptămânale, reducerea utilizării automobilului a fost chiar sensibil mai mare: utilizatorii activi au efectuat în medie cu 1,5 călătorii mai puțin (de până la cinci kilometri). Cu alte cuvinte, s-a evitat mai mult de o călătorie scurtă. Nu s-a observat nicio scădere semnificativă a utilizării automobilului în weekenduri.

Factorii care influențează alegerile participanților au fost legați de momentul (zi lucrătoare sau weekend), condițiile meteorologice și situația personală (cu sau fără copii). Acest lucru a reieșit din sondajul vast care a făcut parte din cercetare. Când participanții au fost întrebați ce tipuri de călătorii erau cei mai înclinați să schimbe cu transport alternativ, primele trei au fost: 1) la un parc, restaurant etc., 2) la sală, 3) la supermarket. Dusul și adusul copiilor rămâne o activitate preferată cu mașina, după cum indică ultimul loc ocupat în clasament.

Comunicat de presă

Titlu Utilizarea mai eficientă a automobilului prin aplicații inteligente și gamification

Pagina 4

Întrebați despre cele trei motive principale pentru a lăsa mașina neutilizată, primele trei au fost: 1) durata călătoriei, 2) confortul și disponibilitatea mijloacelor de transport alternative, 3) condițiile meteorologice.

Context și detalii ale "Artwork Challenge"

Acest proiect-pilot a rezultat dintr-un proiect de absolvire din cadrul departamentului de dezvoltare al BMW Group, care proiectează soluții (de produs) în domeniul energiei și mobilității durabile/urbane, parte a "Companiei Conectate". Un obiectiv general al multora dintre proiectele lor este promovarea obiceiurilor de condus eficiente pentru a sprijini potențialele reduceri ale emisiilor de CO₂ în faza de utilizare. Artwork Challenge a avut ca scop "obținerea unei schimbări de durată în comportamentul de condus prin stimulente artistice".

130 de participanți au luat parte la proiectul-pilot. Acești conducători au fost recompensați pentru utilizarea modului „Green”, mai eficient, al modelelor lor MINI. Cu cât acest mod era utilizat mai frecvent, cu atât o operă de artă generată de inteligența artificială (constând din plante sau animale stilizate) devenea mai detaliată. Ulterior, imaginea era afișată pe ecranul central la începutul fiecărei călătorii.

Rezultatele "Artwork Challenge"

Datele din lumea reală de la flota noastră BMW și MINI arată că deplasarea în modul „Green”, mai eficient, are ca rezultat, în general, un consum mediu de energie redus cu 7%. Artwork Challenge i-a încurajat pe participanți să își mărească ponderea călătoriilor în modul „Green” la 40%, comparativ cu 25% în faza de început. Aceasta înseamnă o utilizare cu 60% mai mare a modului „Green”.

Context și detalii ale proiectului-pilot "COOL"

Am observat că există încă unele lacune de abordat în domeniul încărcării inteligente. În prezent, încărcarea inteligentă permite încărcarea eficientă din punct de vedere al costurilor doar acasă, dar tehnologiile optime de încărcare nu sunt încă disponibile pe scară largă pe piața automobilelor electrice. În plus, există o lipsă de conștientizare cu privire la impactul comportamentului de încărcare asupra amprente de emisii de gaze cu efect de seră a unui automobil electric. Deși încărcarea optimizată din punct de vedere al prețului este disponibilă pentru tarifele de încărcare dinamice, adesea lipsește optimizarea care vizează reducerea emisiilor de CO₂.

Comunicat de presă

Titlu Utilizarea mai eficientă a automobilului prin aplicații inteligente și gamification

Pagina 5

Ideea a fost de a oferi utilizatorilor informații clare despre emisiile CO₂ relativ la mixul energetic național, permițându-le să își mute încărcarea către intervale orare mai bune din punct de vedere al emisiilor de CO₂. Prin aplicarea conceptului de nudge, obiectivul a fost de a încuraja un comportament de încărcare benefic. În cele din urmă, această abordare ar trebui să contribuie la reducerea amprentei de emisii de gaze cu efect de seră atât de la stații publice, cât și în cele private.

Cercetarea și-a propus să urmărească pot nudge-urile influența eficient momentul încărcării automobilelor electrice pentru a se alinia cu perioadele în care utilizarea surselor de energie regenerabilă este mai mare?

Proiectul-pilot, desfășurat în perioada aprilie-iulie 2025, a implicat 355 de conducători de automobile electrice BMW din Țările de Jos. O funcție de încărcare digitală numită "COOL" a fost pusă la dispoziție în neerlandeză și engleză prin intermediul aplicației 360° Mobility pe iOS. Această aplicație simplă și informativă a afișat în timp real emisiile de CO₂ echivalent per kWh la producția electricitate și a alertat utilizatorul atunci când acestea scădeau sub o anumită valoare. Datele privind încărcarea și automobilele de la toți participanții înregistrați au fost colectate pe BMW Labs. În plus, au fost realizate interviuri calitative cu 14 participanți pentru a aduna informații aprofundate.

Rezultatele proiectului-pilot "COOL"

Au fost analizate un total de 13.153 de sesiuni de încărcare, iar intervalele orare cu un mix energetic mai curat au fost identificate în 67 din 87 de zile. Au fost încurajați cu succes participanții, prin gamification, să își mute sesiunile de încărcare în intervale orare cu un mix energetic mai curat prognozat în Țările de Jos, realizând o creștere de 6% față de grupul de control. În schimb, furnizarea de prognoze și statistici în sine nu a avut un efect semnificativ. Conducătorii de automobile plug-in hybrid au fost mai puțin predispuși să își modifice comportamentul de încărcare.

Clienții au exprimat trei lucruri:

- preferință pentru integrarea ușoară sau automată în rutinele lor.
- alinierea tehnică cu aplicațiile de energie existente.
- existența unei singure surse de informații pentru intervalele orare optime.

Sondajul post-pilot cu 90 de participanți a dezvăluit, de asemenea, o perspectivă valoroasă. Când au fost întrebați dacă participantul "ar fi dispus să

Comunicat de presă

Titlu Utilizarea mai eficientă a automobilului prin aplicații inteligente și gamification

Pagina 6

depună un efort suplimentar pentru a încărca cu nivel redus de emisii de CO₂, cum ar fi prin setarea unor intervale de încărcare în aplicația lor", 73% dintre participanți au răspuns "Da". În mod special, 62% dintre acești participanți preocupați de mediu au deja un contract de energie electrică verde. Acest lucru indică faptul că cei care sunt deja dedicați utilizării durabile a energiei sunt deschiși să ia măsuri suplimentare pentru a-și reduce și mai mult impactul de CO₂ prin încărcarea în intervalele cu emisii reduse.

Proiectul-pilot "Smart City Travel" ca precursor al "My Travels"

În 2022, Rotterdam și BMW au lansat proiectul pilot "Smart City Travel". Acest proiect s-a concentrat pe cei care (în mod regulat) conduceau din exterior spre centrul orașului Rotterdam. BMW Group, Rotterdam și Universitatea Erasmus din Rotterdam au investigat modalități de a atrage conducătorii să-și parcheze automobilele la centre park-and-ride (P+R) la periferia orașului și să continue ultima parte a călătoriilor lor folosind transportul public sau shared. Întrebarea a fost: ce este necesar pentru a motiva conducătorii BMW să facă această alegere în avans și apoi să schimbe efectiv modurile de transport atunci când un mod alternativ este oferit activ în navigație?

Rezultatele au arătat că informațiile despre transportul alternativ nu ar trebui să ajungă în automobil doar după începerea călătoriei, deoarece oamenii nu sunt pregătiți pentru aceasta sau, din motive practice (fără haină, prea multe lucruri), nu pot sau nu vor să schimbe. Acest lucru a condus la ideea de a ne concentra mai mult pe transparență și de a oferi conducătorilor informații despre călătoriile lor și de a oferi alternative după cum doresc (înainte sau după o călătorie) într-o aplicație.

Colaborare cu Rotterdam din 2018

Un oraș sigur, sănătos și locuibil se află pe agenda municipalității Rotterdam. Acest lucru necesită o nouă viziune asupra mobilității viitorului, în care dezvoltarea durabilă, siguranța traficului, accesibilitatea și fluiditatea joacă un rol crucial. Din 2018, BMW Group și municipalitatea din Rotterdam colaborează pentru a realiza aceste ambiții comune și pentru a testa soluții de mobilitate bazate pe integrarea automobilului în ecosistemul unui oraș locuibil.

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

Titlu Utilizarea mai eficientă a automobilului prin aplicații inteligente și gamification

Pagina 7

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 premium. Rețeaua de producție a BMW Group cuprinde peste 30 de facilități de producție la nivel mondial; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2024, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2,45 milioane de automobile și peste 210.000 de motociclete. În anul fiscal 2024, profitul brut a fost de 11 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 142,4 miliarde de euro. La 31 decembrie 2024, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 159.104 de angajați.

Dintotdeauna, succesul economic al BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Dezvoltarea sustenabilă este un element important al strategiei corporate a BMW Group și acoperă toate produsele, de la lanțul de aprovizionare, trecând prin producție, până la finalul fazei de utilizare.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

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

Instagram: <http://www.instagram.com/bmwromania>

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwromania>

X: <http://www.x.com/bmwromania>

Site de presă: press.bmwgroup.com/romania