

# **BMW Group**

## España

### Comunicación y RR.PP.

Comunicado de prensa  
Marzo de 2011

## **El BMW Serie 5 Touring consigue el Premio iF de Oro 2011 por su diseño sobresaliente**

Este codiciado premio del Foro Internacional de Diseño se presentó en la inauguración del CeBIT, en Hanover

Proporciones armoniosas, diseño superficial exclusivo y un potente atractivo dinámico: con estos atributos, el BMW Serie 5 Touring consiguió ganar el premio concedido por el jurado de los mundialmente famosos Premios de Diseño de Producto iF. El 1 de marzo de 2011, el día inaugural de la feria tecnológica CeBIT, el BMW Serie 5 Touring recibió su Premio iF de Oro. Este galardón especial es la mayor distinción concedida por el Foro de Diseño Internacional, ubicado en Hanover. El BMW Serie 5 Touring está entre los 50 receptores del Premio de Oro seleccionados entre un total de 993 ganadores de la etiqueta iF 2011.

El premio fue presentado durante la feria CeBIT y recogido por Thomas Plath, Director de Técnicas de Modelado y Diseño BMW. Alrededor de 1.000 entusiastas del diseño, ganadores de galardones e invitados acudieron al evento ayer para aplaudir a los ganadores de los Premios de Oro iF. También estaba en la agenda la inauguración de la Exhibición de los Premios de Diseño de Producto iF, que mostrará los 993 productos ganadores durante los próximos cuatro meses.

Las características de diseño destacadas del nuevo BMW Serie 5 Touring son sus proporciones claramente diferenciadoras y el diseño de su superficie, que crea una personalidad que genera una estampa dinámica y potente. Su capó tenso, los cortos voladizos, la mayor batalla del segmento, sus alargadas líneas laterales y una línea de techo dinámicamente inclinada proporcionan al nuevo BMW Serie 5 Touring una armonía y elegancia sin rival entre su competencia. “Estamos muy satisfechos de, en el BMW Serie 5 Touring, haber mostrado que la funcionalidad puede ser bonita. BMW combina una funcionalidad excelente con una estética realmente moderna y emocional”, declaró Adrian van Hooydonk, Vicepresidente Senior de Diseño de BMW Group.

Los Premios de Diseño de Producto iF han sido una distinción de referencia que se concede a los buenos diseños desde que comenzó, en 1953. Como un “sello de aprobación” de diseño globalmente reconocido, las etiquetas iF hacen honor a los logros sobresalientes del diseño y así ofrecen una plataforma para la excelencia en el diseño de productos que serán evaluados por un conjunto internacional de expertos. El premio de 2011 sumó 2.756 inscripciones de 1.121 participantes de 43 países, todos ellos aspirantes al celebrado premio. El BMW Serie 5 Berlina y el BMW Serie 5 Touring consiguieron ganar el voto de los jurados de la categoría Diseño para el Transporte, y el BMW Serie 5 Touring finalmente logró el ansiado Premio de Oro iF, que reconoce a los 50 “mejores entre los mejores”.

En los últimos años, la calidad sobresaliente de Diseño de BMW Group ha sido repetidamente reconocida en los Premios de Diseño de Producto iF. En 2010 el premio fue para la Motocicleta BMW F 800 R, mientras que en 2009 BMW Group recogió un total de ocho galardones. En 2008 fueron el BMW Serie 3 Cabrio y la motocicleta BMW G 650 Xcountry los galardonados, y en 2007 el BMW Serie 3 Coupé fue premiado con el Premio de Oro iF, que lo ratificó como uno de los 50 mejores aspirantes.

### **BMW Group**

BMW Group es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas con mayor éxito del mundo con sus marcas BMW, MINI y Rolls-Royce. Como compañía global, opera internacionalmente con 24 instalaciones de producción en 13 países y tiene una red de ventas global en más de 140 países. Durante el ejercicio de 2010, BMW Group vendió aproximadamente 1,46 millones de automóviles y más de 98.000 motocicletas en todo el mundo.

BMW Group consiguió unas ventas globales de aproximadamente 1,29 millones de automóviles y más de 87.000 motocicletas. La facturación sumó 50.680 millones de euros. El 31 de diciembre de 2009 la compañía contaba con una plantilla de aproximadamente 96.000 personas.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la actuación responsable. Por tanto, la compañía ha establecido como parte integrante de su estrategia la sostenibilidad ecológica y social a lo largo de la cadena de valor, una gran responsabilidad en los productos y un claro compromiso en la conservación de los recursos. Como resultado de sus esfuerzos, BMW Group ha sido nombrado líder del sector en los Índices de Sostenibilidad Dow Jones en los últimos seis años.