

Comunicado de prensa

## “10 preguntas a...” Christopher Weil



Christopher Weil es un apasionado diseñador. Desde 2013, ha sido el director de diseño exterior de MINI, es decir, el responsable del exterior de los modelos MINI actuales y futuros, así como de los vehículos visionarios y los prototipos de la marca. Al comenzar el nuevo año, responde a diez preguntas sobre el diseño en general y el diseño de MINI en concreto. También explica por qué un buen diseño se experimenta además de verse, y predice lo más interesante que aguarda a la marca MINI.

### 1. ¿Por qué se convirtió en un diseñador de coches?

Siempre soñé con convertirme en un diseñador de coches. Tenía una especie de impulso interno. Por un lado, me gusta dibujar desde que tengo memoria: hacía garabatos en cualquier trozo de papel en blanco. También me fascina el futuro, básicamente todo lo nuevo. Como diseñador de coches, no solo puedo dar rienda suelta a mi pasión por la creatividad, sino que tengo la oportunidad de contribuir a modelar el futuro. El diseño exterior me atrae especialmente. La sensación de ver tu "propio" coche en la carretera es única. Es el trabajo de mis sueños.

### 2. ¿En qué se inspira como diseñador de coches? ¿Qué le motiva?

Me inspiro en futuros escenarios positivos, utopías. El futuro siempre me ha parecido estupendo, una especie de versión mejorada del ahora. También considero que nuestra tarea como diseñadores debería consistir en eso: mejorar el futuro. Y esto incluye coches y movilidad. Además, como diseñador, me inspiro en productos en los que se puede percibir que se ha trabajado mucho durante un largo período de tiempo y se ha profundizado en un

Empresa  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Dirección postal  
BMW AG  
80788 Múnich

Teléfono  
+49-89-382-0

Internet  
[www.bmwgroup.es](http://www.bmwgroup.es)

# MINI

## COMUNICACIONES CORPORATIVAS

Comunicado de prensa

Fecha 18 de enero de 2018

Asunto "10 preguntas a..." Christopher Weil

Página 2

tema. El resultado suele ser único. Aspiro a conseguir exactamente eso con mi trabajo de diseño. El producto no solo debería contribuir al avance de la marca MINI, sino que debería inspirar a otros. En otras palabras, la emoción que he puesto en él, tendría que resonar con el usuario y activar algo en su interior.

### **3. ¿Cuál es la función del diseño exterior en su opinión?**

Un buen diseño exterior es como una promesa del potencial del vehículo y mucho más. También revela el carácter del vehículo, lo que supone un desafío, cuyo resultado es decisivo. Para mí, significa crear un vínculo emocional con el observador únicamente a través de la forma del vehículo. Para conseguirlo, los diseñadores deben dotar a las superficies de atractivo emocional e inyectar la sensación de movimiento mediante líneas adecuadas y acordes al carácter de cada vehículo. El producto tiene que comunicar y resonar con el cliente sin que este se vea en la necesidad de leer antes un catálogo.

### **4. ¿Por qué ha elegido trabajar en MINI?**

MINI es un icono del mundo del automóvil. Todos, grandes y pequeños, conocen el aspecto de un MINI e incluso podrían dibujarlo. Sin embargo, MINI es mucho más que un producto, y esto tiene aún más importancia. Es un compañero para la vida diaria, y simboliza una actitud abierta hacia el mundo y el optimismo respecto al futuro. Nuestros clientes tienen una relación muy especial con sus vehículos. Muy pocos fabricantes pueden decir lo mismo. Llevar esta cualidad única al futuro me fascina. Y la marca esconde un enorme potencial aún sin explotar. Las actuales colaboraciones MINI LIVING y MINI FASHION indican, por ejemplo, lo que podría traer el futuro.

### **5. ¿Qué hace que un MINI sea único para usted?**

Es difícil de expresar con palabras. La esencia de MINI es muy especial: es accesible, casi humano. En lugar de una máquina de alta tecnología que despierta emociones, el MINI se centra en la relación con el conductor. MINI transmite la personalidad de su conductor, además de tener su propio carácter. Los propietarios de un MINI se identifican con el producto en mucha mayor medida que los clientes de otras marcas. MINI es una experiencia extraordinaria, también para mí. Cuando me subo a mi MINI y arranco, me siento feliz. Así que se podría decir que tengo una relación estrecha con él. MINI ofrece todo esto. Y es algo que queremos llevar a un nuevo nivel en el futuro.

### **6. ¿Qué hace que el diseño de MINI sea tan especial?**

El ADN de MINI, es decir, lo que Sir Alec Issigonis buscó con el Mini clásico, es muy especial. Se trata de un producto en el que cada detalle está muy estudiado y sirve a un propósito. Las superficies de los vehículos de la marca se han caracterizado siempre por un lenguaje simplificado y claro. Es un "coche purista", es decir, de formas puras (sin detalles superfluos). Esto conlleva el efecto adicional de la creación de un diseño icónico y enérgico. El reto consiste en refinar dicho icono sin difuminar la identidad de MINI en el proceso. El

# MINI

## COMUNICACIONES CORPORATIVAS

Comunicado de prensa

Fecha 18 de enero de 2018

Asunto "10 preguntas a..." Christopher Weil

Página 3

aspecto agradable de sus vehículos en otra característica especial de MINI. Durante años, MINI se ha resistido a la tentación de darle a su diseño un tono más agresivo, a pesar de la deportividad que ofrece. Además, no puedo negar las cualidades de kart que experimenté de primera mano en un rally alpino en el que participé hace algún tiempo. Los supercoches destacaron por su reñida competición, pero el MINI les dio mil vueltas. Fue una exhibición espectacular y, también, muy divertida.

### **7. ¿Cuáles cree que son las principales cuestiones para el futuro?**

Para mí, la digitalización es una de las principales. MINI ha emprendido el camino digital, pero imagino que lo recorrerá de una manera más agradable, personal y humana que otras marcas de coches. Para MINI, las personas seguirán siendo la prioridad, no la tecnología. Por supuesto, nuestra tecnología continuará siendo innovadora. Incluso liderará algunas áreas, como la personalización mediante la impresión 3D, que permitirá a los clientes de MINI diseñar y montar las piezas ellos mismos. Pero no todo girará en torno a la tecnología: la experiencia será lo primero. Además, el diseño de los coches está pensado para una conectividad cada vez mayor, cuyo alcance se extenderá mucho más allá de lo que vemos ahora. Actualmente simplemente diseñamos la forma de un coche, pero en el futuro se trabajará en una mayor cantidad de aspectos. Se abre un mundo de posibilidades que hace que todo resulte muy interesante.

### **8. Entonces, ¿qué papel desempeñará el diseño exterior en el futuro?**

El diseño exterior seguirá siendo importante. Incluso si en un futuro lejano MINI tiene el aspecto de una caja móvil (por exagerar ligeramente las cosas), con independencia de lo ultramoderno y simplificado que sea este, se seguirán transmitiendo los valores principales de la marca. El diseño es esencialmente comunicación. El vínculo emocional creado con cualquier vehículo comienza con su exterior, ya que es el primer punto de contacto. A través del diseño exterior buscamos fortalecer esta relación, asegurándonos en primer lugar de que exista. Nuestro trabajo como diseñadores continuará siendo que un MINI se reconozca al instante como tal.

### **9. ¿Qué características identificarán a un MINI en el futuro?**

Pienso que seguirán existiendo elementos de diseño que crearán una identidad y, por lo tanto, permitirán que pueda reconocerse el MINI como nunca antes. El techo de contraste es sin duda un rasgo fundamental de MINI, al igual que el frontal de MINI con su parrilla hexagonal. Considero que estos dos elementos son características visuales destacadas de MINI, claros creadores de identidad. El resto es variable y proporciona un margen de mayor desarrollo. Pero pienso que aún se necesitarán elementos de diseño icónicos en el futuro.

### **10. Ha supervisado la renovación del MINI Hatch (3 puertas y 5 puertas). ¿No cree que es algo sutil en comparación con la visión descrita anteriormente del futuro de MINI?**

# MINI

## COMUNICACIONES CORPORATIVAS

Comunicado de prensa

Fecha 18 de enero de 2018

Asunto "10 preguntas a..." Christopher Weil

Página 4

Las actualizaciones de los modelos, o los impulsos del ciclo de vida (como también se llaman), conllevan siempre cruzar una delicada línea entre innovación y conservación. Opino personalmente que este contraste favorece al diseño. Las modificaciones y los impulsos de la presente actualización de los modelos pueden encontrarse en los detalles pequeños, que son adecuados para el vehículo y acorde a los tiempos. Los rasgos anteriormente ligeros generan ahora un mayor contraste en los modelos actualizados. Por ejemplo, el logo "MINI" presenta una mayor definición, mientras las llantas y las luces tienen un aspecto mucho más marcado. El contraste con las suaves superficies circundantes crea una apariencia mucho más moderna.

Los nuevos colores exteriores, las luces traseras con el diseño Union Jack y la posibilidad de personalizar las molduras para los intermitentes laterales y las molduras para el salpicadero con MINI Yours ofrecen a nuestros clientes elementos nuevos y originales, que reflejan el gran paso hacia el futuro que estamos dando.

### CV:

**Christopher Weil** ha sido director de diseño exterior de MINI desde 2013. Esto significa que tiene la responsabilidad general de todo el estilo exterior de los modelos MINI actuales y futuros, así como de los prototipos. El trabajo anterior de Weil para BMW Group incluyó el diseño del exterior del BMW Serie 3 y del BMW 328 Hommage, que se presentó en 2011 en el evento de motos y coches clásicos "Concorso d'Eleganza Villa d'Este".

### **¡Muchas gracias!**

Contactos para consultas:

#### **Comunicaciones corporativas de BMW Group**

Susanne Herrmann, portavoz para la prensa de Diseño y estilo de vida de MINI

Teléfono: +49-89-382-24716; correo electrónico: [Susanne.Herrmann@bmwgroup.com](mailto:Susanne.Herrmann@bmwgroup.com)

Benjamin Titz, director de Comunicaciones de diseño e innovación de BMW Group

Teléfono: +49-89-382-22998; correo electrónico: [Benjamin.Titz@bmw.de](mailto:Benjamin.Titz@bmw.de)

#### **BMW Group**

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium, y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. La red de producción de BMW Group incluye 31 sedes de producción y montaje en 14 países; la empresa tiene una red de ventas mundial en más de 140 países.

En 2017, BMW Group vendió más de 2.463.500 turismos y más de 164.000 motocicletas en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos para el año fiscal 2016 fueron de unos 9,67 mil millones de euros con unos ingresos de 94,16 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2016 BMW Group tenía unos 124.729 empleados.

El éxito de BMW Group se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. En consecuencia, la empresa ha adoptado, como parte integral de su estrategia, la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, la responsabilidad respecto a sus productos y el firme compromiso de preservar los recursos.

# MINI

## COMUNICACIONES CORPORATIVAS

Comunicado de prensa

Fecha 18 de enero de 2018  
Asunto "10 preguntas a..." Christopher Weil  
Página 5

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

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

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

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

Google+: <http://plus.google.com/+bmwespaña>