

Comunicado de prensa
14 de mayo de 2018

El BMW M1 cumple 40 años

La estrella llegó de blanco. Cuando la 64 edición del Salón del Automóvil de París abrió sus puertas en otoño de 1978, los aficionados a los coches deportivos tenían un objetivo claro: la exposición de BMW Motorsport GmbH. Allí podían admirar el nuevo modelo, extremadamente dinámico y extraordinariamente bajo que dejaba muy claro a simple vista cuál era el deportivo alemán más rápido en la carretera: el BMW M1, que con 1.140 milímetros de altura y 204 kW (277 CV) de potencia, alcanzaba una velocidad de más de 260 km/h. "Todo el mundo se agolpaba alrededor del nuevo deportivo de BMW con motor central", escribió la prensa. Y: "la lista de pedidos es mayor que las expectativas más optimistas".

El deportivo, con un diseño atemporal y una gran tradición en el deporte del motor, es uno de los hitos de la herencia de la compañía. Diez años antes, el BMW 2800 CS ya había entrado en la era de los "grandes coupés". Estos modelos representaron definitivamente su época, tanto en la carretera como en el circuito.

La característica común del BMW M1 y de los grandes coupés de la marca es su armonía característica, que combina estilo y deportividad. El estilo de la carrocería, obra del diseñador italiano Giorgio Giugiaro, dio al BMW M1, con solo 1.140 mm de altura, un perfil italiano.

La intención fue que el nuevo coupé tuviera claramente ese diseño italiano tan especial. Se diseñó sobre la base del BMW turbo con puertas de "alas de gaviota", un prototipo con turbocompresor creado en 1972 por el diseñador de BMW Paul Bracq. Partiendo desde este diseño, con sus líneas redondeadas, Giorgio Giugiaro creó el perfil afilado del M1, con sus peculiares y rasgadas aristas y esquinas.

De hecho, Bracq y Giugiaro ya habían colaborado antes para crear el BMW Serie 6 Coupé. Por contraste, el motor de seis cilindros en línea del vehículo fue una obra maestra de Múnich. Al igual que el concepto del vehículo, la tecnología de transmisión se diseñó para dominar los retos del circuito y cumplir los requisitos para obtener la licencia como vehículo para carretera.

Comunicado de prensa
Fecha 14 de mayo de 2018
Asunto **El BMW M1 cumple 40 años**
Página 2

La versión 'de calle' del BMW M1 era el deportivo alemán más veloz. La serie Procar proporcionó parte del programa para las carreras del Campeonato Mundial de Fórmula 1, y el BMW M1 se colocó en la línea de salida con un motor de hasta 490 CV. La turbocompresión aumentó la potencia a 850-950 CV para carreras conforme a las normas del Grupo 5.

El M1 no sólo fue un coche deportivo y de carreras extraordinario, de la misma manera también fue una singular obra de arte. En 1979, el ídolo del pop art mundialmente famoso Andy Warhol trabajó sobre un M1 listo para competir, usando sus pinceles y pintura para convertir al M1 en una de las obras de arte más rápidas del mundo.

Ese fue el cuarto Art Car de BMW, una serie de ejecuciones artísticas basadas en diferentes modelos de BMW. Warhol fue el primer artista en pintar la carrocería del coche directamente con los potentes trazos de su pincel: "Pero el coche es mejor que el arte", se dijo a sí mismo Warhol más tarde en un comentario bastante ácido.

Con el número 76, el BMW M1 Art Car luchó por el título en Le Mans a lo largo de las 24 horas completas, terminando finalmente la carrera en sexto lugar.

El Grupo BMW

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 30 sedes de producción y montaje en 14 países, y 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 2017 fueron de 10,655 mil millones de euros con unos ingresos de 98,678 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2017 BMW Group tenía unos 129.932 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.

www.bmw.es

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

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

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

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

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