

Comunicato stampa N. 101/17

San Donato Milanese, 28 settembre 2017

**La BMW Vision Next 100 a BergamoScienza 2017, per la prima volta in Italia, rappresenta la visione della mobilità del futuro secondo il BMW Group**

La XV Edizione di BergamoScienza si svolge nella città di Bergamo dal 30 settembre al 15 ottobre 2017 e conferma la partecipazione di BMW Italia che, in qualità di Gold Sponsor, presenta la visione della mobilità del futuro del BMW Group.

**Milano.** BMW Italia si conferma Gold Sponsor di BergamoScienza, manifestazione volta a creare una nuova cultura della divulgazione scientifica che possa “educare” i giovani alla conoscenza, garantendo l’applicazione di un metodo basato sull’indipendenza culturale ed una fruibilità alla portata di tutti.

“In un mondo caratterizzato sempre più da cambiamenti rapidi è necessario, direi quasi vitale, adottare decisioni capaci di dare risposte concrete e moderne alle nuove esigenze della mobilità. – ribadisce Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia – Essere leader in termini di innovazione e tecnologia è uno dei «must» del BMW Group e per questo motivo siamo sempre più presenti in piattaforme dove scienza, digitalizzazione e visione del futuro sono protagoniste. Bergamo Scienza è una di queste”.

BMW Italia dispone di un’area dedicata, all’interno del BergamoScienceCenter, in grado di ospitare la **BMW Vision Next 100**, il Vision Vehicle presentato nel 2016 per celebrare il centenario del BMW Group che sarà in esposizione permanente per tutta la durata della manifestazione. Insieme alla vettura, saranno presenti numerosi allestimenti futuristici basati sulla realtà aumentata.

Inoltre, in uno spazio di circa 100 mq, all’interno della tensostruttura denominata **BMW Hub**, sarà allestita una mostra, su mobilità del futuro, tecnologia e innovazione, all’interno della quale verrà comunicato il mondo **BMW Innovation**.

Formulare delle idee sulla nostra vita quotidiana e sulla nostra mobilità futura è un compito impegnativo e sfidante: come cambiano la società, l’economia, le condizioni di vita e così la nostra mobilità? Quali possibilità ci offrono le nuove tecnologie? Quale sarà l’impatto della digitalizzazione e dell’interconnessione sulle nostre esigenze nel campo automobilistico?

Per fornire una risposta a queste domande BMW Group ha formulato, sulla base dei principali megatrend e delle previsioni più diffuse, sei tesi centrali sulla mobilità individuale dei prossimi decenni.

**• Aumenterà la varietà nella mobilità**

Nuove forme di mobilità offriranno all’uomo possibilità quasi illimitate per raggiungere la meta desiderata. L’obiettivo di BMW Group è di contribuire alla definizione delle forme future di mobilità.

Società  
BMW Italia S.p.A.Società del  
BMW GroupSede  
Via della Unione  
Europea, 1  
I-20097 San Donato  
Milanese (MI)Telefono  
02-51610111Telefax  
02-51610222Internet  
[www.bmw.it](http://www.bmw.it)  
[www.mini.it](http://www.mini.it)Capitale sociale  
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.  
MI 1403223N. Reg. Impr.  
MI 187982/1998Codice fiscale  
01934110154Partita IVA  
IT 12532500159

- **L'interconnessione sarà considerata un fenomeno naturale**

In futuro, tutto sarà interconnesso. BMW Group è convinto che la digitalizzazione e l'intelligenza digitale dovranno essere al servizio dell'uomo per aumentare permanentemente la nostra qualità di vita.

- **La mobilità sarà su misura**

La mobilità sarà sempre più flessibile e si adatterà sempre di più alle richieste personali dell'uomo. Le persone raggiungeranno la loro meta automaticamente con il mezzo di trasporto migliore, seguendo il loro itinerario preferito. BMW Group offrirà combinazioni di prodotti e servizi su misura per soddisfare queste richieste.

- **La tecnologia diventerà umana**

Le tecnologie diventano sempre più intelligenti. BMW Group crede che le innovazioni siano utili all'uomo solo se sono ergonomiche e facili da usare. Le tecnologie dovranno apprendere dall'uomo e adattarsi alle sue esigenze. La tecnica avrà sempre più un volto umano e familiare.

- **L'energia non produrrà emissioni**

In futuro, un quantitativo crescente di energia sarà prodotto da fonti rinnovabili. BMW Group ha una visione molto chiara: sostenibilità vuol dire vetture compatibili con l'ambiente, prodotte con energie rinnovabili, riciclabili senza emissioni.

- **La responsabilità sarà vissuta in molti ambiti**

Per le imprese globali come BMW Group sarà sempre più importante assumersi non solo la responsabilità per l'ambiente del nostro pianeta ma anche per le persone e il loro ambiente di vita. Già oggi BMW Group supporta oltre 200 progetti ambientali e sociali in oltre 42 paesi. BMW Group è oggi e resterà in futuro un'azienda responsabile. BMW Italia, ha creato nel nostro paese, SpecialMente, una piattaforma di responsabilità sociale che dal 2001 ha saputo raggiungere più di 150.000 persone. Un impegno costante che va ben oltre le due o quattro ruote, promuovendo attività di dialogo interculturale, inclusione sociale, sicurezza stradale e sostenibilità ([specialmente.bmw.it](http://specialmente.bmw.it)).

Queste sei tesi descrivono l'immagine del futuro di BMW Group. Esse sono la fonte d'ispirazione dei designer dei Vision Vehicle che l'azienda ha presentato in occasione del proprio centenario.

La **BMW VISION NEXT 100** presente per la prima volta in Italia a BergamoScienza offre la visione di come potrebbe presentarsi il "Piacere di guidare" del futuro. La mobilità premium realizzata dal BMW Group sarà semplice, integrata e pensata su misura per soddisfare le preferenze del singolo cliente. In un futuro non troppo lontano, è probabile che la maggior parte delle automobili sarà a guida completamente autonoma e circolerà in città molto più popolate di quelle odierne.

La connettività diventerà sempre più diffusa e le tecnologie stesse apprenderanno dalle persone. La mobilità futura integrerà ogni aspetto della vita delle persone ed è qui che il BMW Group vede nuove opportunità per la mobilità premium.

Il BMW Group ha fatto della sua visione del futuro una realtà con la BMW VISION NEXT 100. Questo veicolo unisce la sportività di una coupé con l'eleganza dinamica di una berlina; ma, invece di essere un mezzo di trasporto anonimo, è un veicolo molto personalizzato, realizzato perfettamente su misura per soddisfare le esigenze mutevoli del guidatore.



Le interazioni tra guidatore e veicolo vengono gestite da “Alive Geometry”; le modalità Boost e Ease offrono una scelta tra funzionalità controllate dal guidatore o dal veicolo. Inoltre, l'interno del veicolo cambia per venire incontro alla tipologia di viaggio. Nella modalità Boost, l'intero veicolo si focalizza sul guidatore, offrendo il supporto necessario per massimizzare l'esperienza di guida – per esempio, indicando la traiettoria ideale da seguire, il punto preciso di sterzata e la velocità. La modalità Ease vede la trasformazione degli interni: il volante e la console centrale si retraggono; i poggiatesta ruotano lateralmente e i sedili ed i rivestimenti delle portiere si uniscono per formare un elemento singolo, così che il guidatore ed il passeggero anteriore possano girarsi l'uno verso l'altro.

Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin  
BMW Group Italia  
Product Communications  
E-mail: [alessandro.toffanin@bmw.it](mailto:alessandro.toffanin@bmw.it)  
Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

## **Il BMW Group**

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2016, il BMW Group ha venduto circa 2.367 milioni di automobili e 145.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte è stato di 9,67 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 94,16 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2016, il BMW Group contava 124.729 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>  
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com> BMW Group