

Musée BMW.

Table des matières.



1. Musée BMW : découvrir toute la fascination de BMW	2
2. Musée BMW : une enceinte construite renfermant maisons, ponts, rues et places.	6
3. Musée BMW : 125 pièces exposées – 25 aires d'exposition – une découverte.	9
4. Un tour de musée.	13
5. Musée BMW : ateliers pédagogiques pour enfants et adolescents.	19
6. Musée BMW : un site événementiel à l'ambiance authentique.	22
7. Musée BMW : histoire, continuité, avenir.	24
8. BMW Welt. Un univers vivant.	26
9. Objets exposés. Un aperçu.	28
10. Musée BMW : faits et chiffres.	33
11. Accès, heures d'ouverture, tarifs et visites guidées.	35

1. Musée BMW : découvrir toute la fascination de BMW.

Le Musée BMW sait à nouveau enthousiasmer par une conception et une réalisation innovantes.



Le 21 juin 2008, le Musée BMW rouvre ses portes sur son ancien emplacement juste à côté du siège central de la société. L'architecture, la conception de l'exposition et les médias de communication forment un ensemble innovant qui séduira le visiteur. 120 pièces originales réparties sur 25 aires d'exposition sont au cœur de la collection. Les grandes lignes de l'évolution visualisent le dynamisme et la force d'innovation de la marque BMW tout au long de son histoire remontant à plus de 90 ans. Après l'inauguration, le Musée BMW attend 400 000 visiteurs par an. « Nous sommes heureux d'avoir réussi à réaliser un nouveau concept de musée innovant et moderne après celui ouvert en 1973 et d'avoir créé un lieu unique au monde pour découvrir la marque sur son siège central en reliant la Tour BMW, l'Usine BMW, le BMW Welt et le Musée BMW », déclare le Dr Norbert Reithofer, Président du Directoire de BMW AG.

Depuis son ouverture en 1973, la « soucoupe » comme on surnomme le bâtiment n'est pas seulement le berceau du Musée BMW, mais aussi un symbole de l'architecture de la ville. Dans le cadre de la reconception, la « soucoupe » s'est vue attribuer le pavillon de plain-pied attenant, faisant partie du siège central de la société communément appelé le « Quatre Cylindres » par les Munichois. Il a ainsi été possible de quintupler la surface d'exposition, la portant à 5 000 mètres carrés. Selon sa nouvelle conception, l'exposition ne se focalise pas sur l'histoire comme sur une chronologie figée, mais s'articule autour de plusieurs thèmes sous forme de lignes d'évolution prenant naissance dans le passé pour se prolonger dans le présent et permettre des pronostics. Différents médias et mises en scène retracent ces lignes d'évolution et les rendent accessibles aux cinq sens.

La route menant à l'intérieur.

Le Musée BMW ne renie pas son environnement urbain direct, mais l'intègre symboliquement et intimement. Un réseau de passerelles s'avancant dynamiquement dans l'espace où elles semblent flotter, s'associe à des aires d'exposition tant ouvertes que fermées. Des façades modernes, des voies reliées les unes aux autres et des axes de vision fascinants créent un environnement métropolitain plein d'animation. Le musée se veut être un « édifice urbain dédié aux transports » déclinant les éléments clés de l'espace de vie marqué par la mobilité : rues, places, ponts et maisons. Ce concept est consolidé – au vrai sens du terme – par le sol terrazzo lié au bitume parcourant le musée. Cet asphalte sophistiqué finement poli évoque l'ambiance de la rue.

Les contenus et les fonctions sont étroitement liés. « Il nous a tenus à cœur de réaliser une structure architectonique qui puisse séduire à long terme et dont le langage des formes découle de ses contenus », dit le Professeur Uwe R. Brückner, architecte du nouveau Musée BMW. Le nouveau Musée BMW réussit ainsi à concilier l'architecture intemporelle et toujours moderne de la « soucoupe » datant des années 1970 et l'« architecture-média » du 21e siècle à l'intérieur du Musée BMW.

Le système de passerelles relie 25 aires d'exposition traitant sept pôles thématiques qui, en communiquant les unes avec les autres, donnent au visiteur une vision toujours plus profonde de chaque thème. Le visiteur peut ainsi mettre en rapport activement les informations déjà reçues dans les espaces thématiques explorés avec les aspects présentés dans le nouvel espace. L'agencement architectonique de l'intérieur permet d'organiser les expositions selon une structure tout aussi bien verticale qu'horizontale. Le pavillon de plainpied attenant abrite les expositions permanentes du Musée BMW dans différentes maisons et salles couvrant une surface de 4 000 mètres carrés, alors que le bâtiment hémisphérique héberge les expositions temporaires consacrées à différents thèmes.

Le chemin est le but.

Le concept didactique du musée permet au visiteur de se pencher de manière interactive sur le développement de l'entreprise et de la marque BMW et de découvrir ainsi les compétences de l'entreprise en toute autonomie et de manière authentique. Variées, les expositions créent une suite d'impressions uniques. Véhicules exposés, thèmes choisis, architecture, conception et médias mis en œuvre s'unissent pour former une composition inédite dans le monde des expositions.

Un parcours central mène les visiteurs à travers le temps et l'espace et indique le chemin vers les différentes expositions. Il ne contraint pourtant personne à visiter les salles d'exposition dans un ordre précis, mais laisse à chaque visiteur assez de latitude pour organiser lui-même son itinéraire à travers le musée. Chaque pôle thématique – design, technique, séries de modèles, histoire de l'entreprise, sports mécaniques, histoire de la moto et marque – a sa propre maison. Ces maisons comportent plusieurs salles disposées sur différents niveaux pour éclairer différents aspects d'un même thème. Ainsi par exemple, la « Maison de la technique » comprend les salles « Moteurs », « Construction allégée » et « Aérodynamique ». Chaque maison affiche sa propre identité mise en relief par une conception stylistique qui lui est propre.

Mise en scène des expositions et « architecture-média ».

Un rayonnement particulier émane des médias qui, dans le cadre d'une « architecture-média » compréhensive, placent les véhicules BMW sous les feux de la rampe tout en faisant eux-mêmes partie intégrante directe de l'architecture. Une couche de diodes électroluminescentes (leds) est reliée à la couche de verre pour illuminer les maisons d'exposition. Les façades se composent d'une surface de leds de plus de 700 mètres carrés avec un total de 1,765 millions de diodes. Elles constituent la source de lumière centrale du musée et montrent l'exposition sous son jour le plus attrayant. Les parties des façades autour de la place centrale du musée, la Place BMW, bénéficient d'une scénographie active. Cette scénographie médiale des façades dématérialise et dynamise les éléments statiques.

De plus, un « acousmonium » crée un espace sonore unique qui, grâce à son acoustique constante, donne un fond sonore aux impressions visuelles dégagées par l'exposition. Des éléments interactifs offrent différents niveaux d'information et impliquent le visiteur activement dans les événements.

Outre la mise en œuvre de surfaces tactiles, la « Maison de l'entreprise » par exemple fait appel à des livres d'images surdimensionnés. En regardant les photos et en feuilletant les livres, les visiteurs entendent un texte expliquant les événements représentés sur les photos et les pages des livres et donnant des informations fondamentales supplémentaires. À la fin de leur tour du musée, les visiteurs ont droit à une autre primeur dans l'utilisation des médias audiovisuels : sur la plateforme supérieure de la « soucoupe », ils assisteront à une projection panoramique hors du commun sur la paroi intérieure du bâtiment. Dans cet espace sans support développant une surface murale de 120 mètres de long pour une hauteur atteignant jusqu'à 6 mètres, des projecteurs de hautes performances offrent la projection panoramique impressionnante d'un film sur 360 degrés.

Voyage personnel dans le temps, jalonné d'icônes du style.

Les lignes d'évolution de la marque et de l'entreprise sont illustrées de manière claire par les véhicules qui ont marqué le style du constructeur tout au long des 90 années passées. Les originaux BMW rappelleront des souvenirs particuliers chez maints visiteurs. Parmi les chouchous du public qu'il est possible d'admirer au nouveau Musée BMW, il y a entre autres l'Isetta, la BMW 2002, la moto R 32, la BMW 328 ou encore la 507, mais aussi la voiture record H2R. Des automobiles, motos, bolides de course, moteurs et composants témoignent de la variété des produits, de la continuité et de la force d'innovation de la marque. De nombreuses pièces exposées ont été restaurées intégralement, avec amour et en respectant exactement les originaux.

Une visite guidée est recommandée à tous ceux qui cherchent à bien comprendre les lignes d'évolution de BMW. Elle dure environ 1½ heure, mais peut aussi être plus courte pour des groupes s'intéressant tout particulièrement à certains aspects. Le nombre maximal de participants est de 15 personnes. Les groupes privés peuvent réserver des visites exclusives pour 5 à 15 personnes. Conçue pour être auto-explicative, l'exposition permet aux visiteurs de découvrir les différents pôles du musée de manière idéale même sans participer à un tour guidé. Pendant le séjour au musée, le service cicérone est à la disposition des visiteurs. Et celui, qui souhaite se réconforter pendant la visite, trouvera tout ce qu'il faut pour se remettre en forme au Café M1 du Musée BMW. Rien que la vue de la terrasse du Café M1 sur le BMW Welt et le Parc olympique voisin invite à y faire une petite halte. Et avant de repartir, le visiteur peut acquérir des souvenirs d'une journée inoubliable au Musée BMW dans la Boutique du musée.

Programme pédagogique pour enfants et adolescents visitant le musée.

Étudier activement certaines pièces exposées au Musée BMW – telle est l'activité au cœur de l'offre pédagogique que le musée propose aux groupes d'enfants entre 6 et 13 ans et aux groupes d'adolescents à partir de 14 ans. En examinant les objets exposés sous différents angles, ils accèdent à plusieurs pôles de connaissances importants pour l'éducation, comme la technique, l'histoire et le design. Les enfants et adolescents apprennent à étudier les objets du musée de manière interdisciplinaire, sous plusieurs perspectives et en établissant des corrélations. C'est ainsi que l'« Enseignement au musée » se transforme en « Éducation au musée ». Une visite-dialogue d'une heure du musée, adaptée aux connaissances et aux intérêts des participants est suivie de travaux pratiques et créatifs à l'Atelier créatif du Musée BMW. Le cahier « Éléments de connaissances pour jeunes » ainsi que les « Feuilles créatives pour enfants » offrent des informations complémentaires et suggestions sur la « Mobilité » pour approfondir l'expérience à l'école ou à la maison.

2. Musée BMW : une enceinte construite renfermant maisons, ponts, rues et places.

Un édifice dédié aux transports s'inscrivant dans une architecture intemporelle et moderne.



Après deux ans et demi de travaux environ, BMW fêtera le 19 juin 2008 la réouverture du Musée BMW. La reconception architectonique et le réaménagement total du musée ont permis de quintupler la surface d'exposition, la portant à plus de 5 000 mètres carrés. La « soucoupe » – bâtiment unique mondialement connu construit en 1973 par l'architecte viennois Karl Schwanzer – reste le symbole du complexe. Schwanzer avait conçu le musée en même temps que le siège du groupe – appelé « Quatre Cylindres » par les Munichois – comme une entité indissociable. L'objectif de l'agrandissement et de la reconception du musée était de renouer avec ce coup de maître architectonique grâce à une création d'une modernité intemporelle. Il s'agissait de plus de réinterpréter le concept initial de Schwanzer et de le traduire au 21e siècle. Le nouveau Musée BMW offre des solutions individuelles uniques quant à l'organisation et à la technique des expositions et montre de nouvelles voies tant en matière architectonique et scénographique que dans le domaine des nouveaux médias.

Dans le cadre de cette réorientation tournée vers l'avenir, l'ambition architectonique de Schwanzer a été transposée au pavillon de plain-pied attenant et évoluée. Le Musée BMW sous sa forme actuelle n'est pas une construction nouvelle, mais s'appuie sur deux bâtiments existants depuis 1973 déjà : l'exposition permanente est désormais logée dans le pavillon de plain-pied attenant à la Tour BMW du côté ouest ; avant les travaux de transformation, ce pavillon a servi de zone de réunion, de restaurant d'entreprise et de garage souterrain. L'exposition temporaire se trouve dans la fameuse « soucoupe » de renom international.

L'un des plus grands défis a été de fusionner les deux bâtiments à l'aspect si différent en un seul ayant l'air d'un musée. Dans ce contexte, il fallait strictement respecter les directives sévères régissant le complexe architectural classé monument historique. Pour les deux parties distinctes du bâtiment, BMW, en coopération avec l'Atelier Brückner, a développé un concept conservant la philosophie de l'architecte Schwanzer – une « enceinte construite renfermant des rues et des places » – tout en l'élargissant par « des ponts et des maisons ». D'autre part, le concept tient compte des exigences à remplir par un musée moderne qui ne saurait renoncer à des locaux permettant de préparer les expositions, à de la place pour organiser des programmes pédagogiques ainsi qu'à un café, à une boutique, à des salles de réunion et à des bureaux.

L'architecture du Musée BMW porte l'empreinte des transports.

Le musée porte l'empreinte de son environnement : entre la Tour BMW, le BMW Welt et l'Usine BMW à proximité directe du Parc olympique – là où des tunnels émergent et des rues et places se croisent. Les voies réservées à la circulation, comme les rues, ponts, tunnels ou encore les parkings, sont les espaces fonctionnels de l'automobile. Elles ne déterminent pas seulement les alentours du Musée BMW, mais se poursuivent même à l'intérieur du musée où elles régissent le principe architectonique – « une enceinte construite renfermant des rues et des places » – tel que Schwanzer l'avait défini pour la « soucoupe » du musée. Le pavillon de plain-pied adjacent réinterprète cette symbolique de la « soucoupe ». Mis à part ses éléments porteurs, il a d'abord été complètement dénoyaillé pour faire ensuite naître une nouvelle architecture moderne : un réseau de passerelles s'avancant dynamiquement dans l'espace où elles semblent flotter, s'associe à sept aires d'exposition, les « maisons ». Sur les passerelles, le visiteur circule comme dans une rue. Elles l'amènent aux maisons, relient les différentes parties du bâtiment et ouvrent l'accès à l'exposition. Les passerelles sont donc le motif central de l'architecture et de l'exposition. Cette fonction est consolidée – au vrai sens du terme – par le sol terrazzo lié au bitume parcourant le musée. Cet asphalte sophistiqué finement poli souligne la mise en scène de la rue dans le musée. Des façades modernes, des voies reliées les unes aux autres et des axes de vision fascinants créent un environnement métropolitain plein d'animation. Dans chaque coin du Musée BMW, on sent qu'il s'agit ici d'un « édifice urbain dédié aux transports » déclinant les éléments clés de l'espace de vie automobile. L'architecture du musée donne ainsi surtout forme à la fascination et au dynamisme de la marque BMW.

Au sein de la « soucoupe », réservée aux expositions temporaires, le système de rampes existant a été prolongé de deux « tours d'hélice » ou étages vers le bas. Au niveau inférieur, il s'est ainsi créée une transition parfaite entre le pavillon de plain-pied et la « soucoupe » du musée. Au niveau supérieur de celle-ci, une autre idée de Karl Schwanzer s'est vue réaliser pour la première fois dans le nouveau Musée BMW : la projection 360 degrés.

De l'extérieur, la « soucoupe » du musée arbore son visage initial de 1973. Tout ce qui avait été ajouté au fil des ans, et notamment le col ornant le bâtiment depuis les années 1980, a été supprimé dans le cadre des travaux de rénovation et d agrandissement. Ce qui reste, c'est la statique raffinée de la « soucoupe » : l'enveloppe extérieure est une coque de béton relativement mince construite selon le principe de la carrosserie autoporteuse. Elle supporte le toit plat d'un diamètre de 40 mètres paré du plus grand logo BMW bien visible d'en haut. Vu de l'extérieur, le nouveau Musée BMW ne recèle guère son architecture dynamique et innovante. « Il nous a tenu à cœur de réaliser une structure

architectonique qui puisse séduire à long terme et dont le langage des formes découle de ses contenus. La scénographie ne peut en effet répondre à l'ambition d'un ensemble formant 'œuvre d'art' que si la forme et son contenu coopèrent de manière harmonieuse », déclare Uwe R. Brückner, architecte du nouveau Musée BMW. Le nouveau Musée BMW réussit ainsi à concilier l'architecture intemporelle et toujours moderne de la « soucoupe » des années 1970 et l'« architecture-média » du 21e siècle à l'intérieur du Musée BMW.

De l'extérieur, le Musée BMW est un symbole depuis longtemps déjà. L'architecture moderne et élargie qui caractérise l'exposition à l'intérieur du musée fixe de nouvelles références dans le monde muséal – à l'instar des mises en scène inhabituelles connues du passé. C'est ainsi que le Musée BMW jouera demain aussi un rôle éminent dans le cercle des musées d'entreprise et des transports pouvant se vanter d'une renommée internationale.

3. Musée BMW : 125 pièces exposées – 25 aires d'exposition – une découverte.



Des lignes d'évolution thématiques montrent la force d'innovation de la marque BMW.

Avec sa ré-ouverture le 21 juin 2008, le Musée BMW fixera à nouveau les références de par son concept d'exposition innovant. Les feux sont braqués sur les pièces exposées, l'architecture et la conception de l'exposition se mettent au service de ces témoins de leurs époques. Sur une surface de plus de 5 000 mètres carrés, les visiteurs découvrent 120 originaux illustrant la force d'innovation de BMW. Les lignes d'évolution de l'histoire BMW qui remonte à plus de 90 ans ponctuent les compétences de la marque avec authenticité.

L'objectif consistait à renouer avec l'architecture existante créée par Karl Schwanzer en réalisant une conception d'une modernité intemporelle. Le concept initial de la « soucoupe muséale » a été réinterprété et transposé au 21e siècle. Au Musée BMW, le passé et l'avenir se rencontrent là où se dégage l'orientation des processus de changement et de développement passés. Les médias et les mises en scène interviennent pour retracer les lignes d'évolution. Les thèmes variés deviennent ainsi transparents pour les visiteurs et leur dévoilent la richesse des facettes de la marque BMW.

Interactif de par ses contenus, dynamique de par ses espaces.

Au Musée BMW, le visiteur se penche sur le développement de l'entreprise et de la marque BMW comme dans un jeu interactif. Il découvre ainsi tout naturellement et de manière authentique les pôles de compétence de l'entreprise. Lors du tour du musée qui prend environ deux heures, il acquiert des informations et des connaissances en se livrant à des expériences et à des dialogues. Des expositions variées enrichies de mises en scène inhabituelles s'associent pour créer une suite d'impressions uniques. Véhicules exposés, thèmes choisis, architecture, conception et médias mis en œuvre s'unissent pour former une composition impressionnante, inédite dans le monde des expositions.

Un réseau de passerelles s'avancant dynamiquement dans l'espace où elles semblent flotter, descend au sous-sol en décrivant un double huit. Il s'associe à 25 aires d'exposition ouvertes et fermées. Sur les passerelles, le visiteur circule comme dans une rue. Elles le mènent à travers le temps et l'espace, offrent de la place pour des mises en scène se confondant les unes avec les autres et lui indiquent le chemin vers les différentes expositions. Le visiteur peut bien évidemment s'écartier de l'itinéraire recommandé et sillonnner le musée à sa guise.

Le concept des maisons thématiques.

En tout, le Musée comprend sept maisons thématiques s'étendant chacune sur deux à trois étages et dédiées chacune à un thème particulier : design, technique, séries de modèles, histoire de l'entreprise, sports mécaniques, histoire de la moto et marque. Les différentes salles d'une maison éclairent différents aspects d'un thème. Ainsi par exemple, la « Maison de la technique » comprend les salles « Moteurs », « Construction allégée » et « Aérodynamique ». Chaque maison affiche sa propre identité mise en relief par une conception stylistique qui lui est propre. Au centre de l'exposition se trouve l'original qui constitue le point de départ de chaque aire. L'accent est mis soit sur l'objet individuel soit sur des groupes d'objets présentant une ligne d'évolution. Chaque objet ou chaque groupe d'objets est mis en scène dans le cadre du thème traité et brille de tout son éclat au milieu de la salle.

La maison thématique dédiée au « Design » par exemple fait voir sur trois niveaux les phases de la conception automobile. La structure de la maison permet au visiteur de découvrir cette genèse du design BMW avec tous les sens. Le visiteur entre d'abord dans la « Salle de réflexion » qui présente la philosophie de la marque sur laquelle repose le style. Plus loin dans sa visite, il arrive à l'« Atelier » qui traite le travail d'étude – le processus de design. À la fin, il arrive au « Trésor » situé au sous-sol, où il découvre des icônes BMW. Ils sont le fruit du processus de design et en même temps la référence pour de nouvelles ébauches. Les trois niveaux de la maison sont reliés verticalement par des axes de vision et révèlent ainsi l'interaction existant entre les différentes parties.

Mise en scène des expositions grâce à une conception basée sur l'« architecture-média ».

Un rayonnement particulier émane des médias qui, dans le cadre d'une « architecturemédia » compréhensive, placent les véhicules BMW sous les feux de la rampe tout en devenant eux-mêmes partie intégrante directe de l'architecture. Avec la Place BMW, le nouveau Musée BMW offre un espace central exceptionnel inséré dans de multiples façades de plusieurs mètres de haut. Ces façades sont équipées de vitres satinées abritant une technique à leds réactive mettant en œuvre plus de 1,7 million de diodes électroluminescentes. Celles-ci plongent la Place BMW dans une lumière intense. Sur une surface de 706 mètres carrés, les façades font apparaître des séquences de film et images sélectionnées dont le thème est le « plaisir de conduire » typique de BMW.

La scénographie médiale dont bénéficient les façades modifie les éléments statiques et dynamise l'exposition. De plus, un « acousmonium » crée un espace sonore unique qui, grâce à son acoustique discrète à peine perceptible,

accentue les impressions visuelles dégagées par l'exposition. Des éléments interactifs offrent différents niveaux d'information et impliquent le visiteur activement dans les événements. « Dans le nouveau Musée BMW, la mise en œuvre intelligente et ciblée des médias est au service de la communication des thèmes et contenus BMW. Le recours à ces médias dédiés à la communication souligne l'ambition de proposer une expérience novatrice et riche en variations au visiteur du musée », dit le Professeur Joachim Sauter de la société ART+COM, qui a été responsable des mises en scènes médiales du musée.

Les livres surdimensionnés ouverts dans la salle « Aspects » de la « Maison de l'entreprise » sont un exemple particulier illustrant parfaitement l'adaptation de la mise en scène médiale aux contenus. En contemplant les photos et en feuilletant dans les livres, les visiteurs entendent un texte expliquant les événements représentés sur les photos et les pages des livres et donnant des informations fondamentales supplémentaires. Grâce à la transposition spatiale et visuelle des thèmes BMW, les contenus sont exposés au visiteur à la manière d'une narration. Ils sont ainsi plus faciles à comprendre dans le contexte. Au Musée BMW, le graphisme et la typographie ne sont pas pris isolément que pour communiquer les contenus, mais font partie intégrante d'une mise en scène à facettes multiples. La scénographie et le graphisme se confondent pour créer un espace d'information dans lequel le graphisme et l'aménagement de l'espace forment un tout. Le graphisme souligne la logique de l'architecture et fait ressortir la structure narrative. L'espace, l'image en relief qu'il donne et l'information sont à l'origine d'un langage visuel cohérent pour le musée.

À la fin de leur tour du musée, une autre synthèse entre architecture et mise en scène médiale attend les visiteurs sur la plus haute plateforme de la « soucoupe » du musée. Sur la paroi intérieure du bâtiment hémisphérique apparaît une projection panoramique. Dans cet espace sans support développant une surface murale de 120 mètres de long pour une hauteur atteignant jusqu'à 6 mètres, des films spécialement tournés pour le musée offrent une projection panoramique impressionnante sur 360 degrés.

Voyage personnel dans le temps, jalonné d'icônes du style.

Les lignes d'évolution de la marque et de l'entreprise sont très bien illustrées par les véhicules qui ont marqué le style du constructeur tout au long des 90 années passées. Les 120 originaux BMW rappelleront des souvenirs particuliers chez maints visiteurs. Parmi les chouchous du public qu'il est possible d'admirer au nouveau Musée BMW, il y a entre autres l'Isetta, la BMW 2002, la moto R 32, la BMW 328 ou encore la 507, mais aussi la voiture record H2R. Des automobiles, motos, bolides de course, moteurs et

composants témoignent de la variété des produits, de la continuité et de la force d'innovation de la marque. Pour répondre au niveau international élevé du Musée BMW, de nombreuses pièces exposées ont été restaurées intégralement, avec amour et, surtout, en respectant exactement les originaux.

4. Un tour de musée. Des mises en scène pluridisciplinaires mettent en relief les lignes d'évolution de la marque BMW.



Une expérience muséale pas comme les autres attend le visiteur dans le Musée BMW qui se présente avec une architecture et une conception entièrement revues. Le Musée BMW flatte l'œil par sa luminosité et son caractère ouvert. Des matériaux prestigieux haut de gamme et un langage des formes clair et puriste comptent parmi les éléments essentiels de cette conception. Ils dégagent élégance, esthétisme intemporelle, sérieux, force et maturité. Une visite à travers les 25 aires d'exposition prend environ deux heures. L'exposition se subdivise en sept blocs thématiques majeurs et comprend 125 objets. Les visiteurs ont la possibilité d'approfondir leur connaissances sur les lignes d'évolution de la marque BMW lors des tours guidés organisés régulièrement.

Le concept du libre choix.

Un parcours central mène les visiteurs à travers le temps et l'espace, offre de la place à des mises en scène pluridisciplinaires et indique le chemin vers les différentes expositions. Grâce à la structure verticale des différents pôles, les visiteurs reviennent plusieurs fois aux différentes maisons thématiques. Les salles de chaque maison, disposées sur différents niveaux, illuminent différents aspects d'un même thème. C'est ainsi que le visiteur – s'il souhaite suivre le parcours sur la voie idéale – retourne à maintes reprises à une thématique majeure. Dans chaque nouvelle salle qu'il aborde, il voit s'ouvrir un nouvel aspect. Le parcours n'est bien évidemment qu'une proposition pour la visite de l'exposition. Les visiteurs peuvent aussi fixer un itinéraire individuel à travers le musée et enchaîner les différents aires d'exposition à leur gré. Le Musée BMW ne se focalise pas sur l'histoire comme sur une chronologie figée, mais s'articule autour de plusieurs thèmes prenant la forme de lignes d'évolution. Celles-ci naissent dans le passé pour se prolonger dans le présent et ouvrir des perspectives sur l'avenir. Ce regard jeté sur l'avenir est compris dans la présentation des processus de changement et d'évolution passés.

Découverte du musée sur un kilomètre parcouru à la verticale et à l'horizontale.

La visite du musée fait environ un kilomètre. Elle commence dans le pavillon de plain-pied qui est venu agrandir l'ensemble et héberge les expositions permanentes. Elle se termine sur la plus haute plateforme ronde de la fameuse « soucoupe » du musée. Celle-ci abrite des expositions temporaires consacrées à différents thèmes. Les deux entrées passent par la Boutique du musée et le Café M1 et orientent le visiteur vers l'accueil où il prend son

billet d'entrée. Dès ici, au hall d'entrée, avant même de se lancer dans la découverte proprement dite du musée, le visiteur se fait une première impression de la conception innovante et moderne des expositions distinguant le nouveau Musée BMW. C'est ici que le visiteur tombe sur les façades de presque 13 mètres de haut de la Place BMW centrale. Ces façades sont équipées de vitres satinées. Elles masquent une technique à leds mettant en œuvre plus de 1,7 million de diodes électroluminescentes qui plongent cet espace central dans une lumière intense. Sur une surface de 706 mètres carrés, les façades font par ailleurs apparaître des séquences de film et images sélectionnées dont le thème est le « plaisir de conduire » typique de BMW et qui s'apparentent à une synoptique surdimensionnée du musée dans son ensemble. Juste à côté vient s'ouvrir un réseau de passerelles s'avancant dynamiquement dans l'espace où elles semblent flotter pour unir les aires d'exposition. Des façades modernes, des voies reliées les unes aux autres et des axes de vision fascinants créent un environnement métropolitain plein d'animation. Le visiteur comprend alors pourquoi le Musée BMW se veut « édifice urbain dédié aux transports » déclinant les éléments clés de l'espace de vie automobile : rues, places, ponts et maisons.

La Maison du style.

Le tour du musée commence par un coup d'œil jeté sur l'avenir. Si le visiteur suit le parcours recommandé, il entre d'abord dans l'aire d'exposition s'ouvrant sur la salle « Inspiration. Les idées jaillissent. » dans la « Maison du style ». Cette salle surprend les visiteurs du musée par la traduction sculpturale des valeurs de la marque BMW et la concentration sur quelques déclarations concises. L'axe de vision vertical relie les trois salles de cette maison thématique et illustre le processus de passage de l'abstrait au concret. De l'inspiration aux icônes de style éminents de BMW dans la salle « Trésor. L'héritage est inspiration. » en passant par le processus de travail expliqué dans la salle « Atelier. Le design en dialogue. », le visiteur dévoile petit à petit le « secret » du design BMW en impliquant tous les sens.

La Maison de l'entreprise.

La deuxième salle traversée sur le parcours recommandé – « Premiers pas. Où tout a commencé. » – fait partie de la « Maison de l'entreprise ». Ici, l'exposition informe sur les débuts de la société dans la production de moteurs d'avion en 1917, la construction de la première moto en 1923, puis l'acquisition des établissements Fahrzeugfabrik Eisenach en 1928, qui marque l'entrée de BMW dans la construction automobile. Dans la salle suivante – « Aspects. Réflexion et action. » – que le visiteur rejoint au fur et à mesure qu'il avance, il peut se faire une idée de la culture d'entreprise chez BMW et des aspects qui la marquent de leur empreinte. Ici, l'accent est mis sur les hommes qui ont fait de la marque ce qu'elle est aujourd'hui.

La Maison de la moto.

La « Maison de la moto » raconte l'histoire de la construction de motos chez BMW. Elle commence par la production de moteurs pour différents constructeurs. En 1923, BMW a présenté la première moto issue de son propre développement : la R 32. Ce modèle possédait déjà le moteur à cylindres à plat et l'arbre à cardan. Ces éléments caractérisent toujours les motos de la marque même si aujourd'hui, BMW fait aussi appel à des moteurs et des transmissions répondant à d'autres concepts. BMW Motorrad a porté de nombreuses innovations à la série, comme par exemple les premières culasses en alliage léger ou bien la première fourche télescopique à amortissement hydraulique. Sur les modèles exposés, les innovations sont mises en relief par un graphisme spécial permettant au visiteur d'identifier au premier coup d'œil les innovations que BMW a lancées dans la construction de motos.

La Maison de la technique.

En suivant les passerelles, le visiteur arrive maintenant à la salle « Construction allégée. Moins est plus. » dans la « Maison de la technique ». L'exposition de cette salle montre comment BMW réussit à contrecarrer la spirale du poids dans la construction d'automobiles et de motos, due aux exigences sans cesse croissantes, en misant sur la construction allégée basée sur le choix des conceptions, des technologies et des matériaux adéquats. Chez BMW, la construction allégée est un principe de conception appliqué depuis 1917 déjà et elle a apporté une contribution notable aux succès extraordinaires remportés dans les courses de motos et de voitures.

La salle « Aérodynamique. Modelé par le vent. » est aménagée sur un autre niveau de la Maison de la technique et s'apparente délibérément à une soufflerie aérodynamique. Une aérodynamique réussie se distingue par un coefficient de pénétration dans l'air aussi bas que possible et une portance réduite, sans que le refroidissement du moteur et des autres composants n'en souffre. Dans cette salle, le visiteur apprend l'importance d'un échange étroit entre les aérodynamiciens et les stylistes lors du développement d'un véhicule.

La dernière salle dans la Maison de la technique – « Moteurs. Le nom oblige. » – se penche sur la compétence clé de BMW : la construction de moteurs. Grâce à ses innovations et à sa vaste gamme de moteurs performants, BMW est le leader mondial pour ce qui est des technologies et des performances réalisées dans ce domaine. Et le six cylindres compte parmi les moteurs BMW les plus importants depuis la création de l'entreprise.

La Maison des sports mécaniques.

La « Maison des sports mécaniques » retrace toute l'histoire de la course de BMW. Depuis que BMW construit des voitures, la société s'engage dans la course automobile. Cette maison thématique expose toute la gamme des possibilités techniques – de la voiture de série s'alignant en course presque telle quelle aux voitures de tourisme hautement spécialisées ou aux bolides de Formule 1 d'une sophistication technique extrême. La course occupe un rôle de pionnier qui assure un échange technologique actif avec la production de série. La première salle dédiée aux « Vainqueurs modèles. » présente la success story de la BMW 328, voiture de sport de série qui a très rapidement dominé la catégorie de 2 litres sur les circuits européens. Dès 1980, BMW est le premier constructeur engagé en course à faire appel à la télémétrie pour pouvoir mieux analyser les données relatives à la gestion moteur et faire avancer le développement. Au début des années 1980, BMW se lance dans la Formule 1 en tant que fournisseur de moteurs pour Brabham. Dès 1983, le constructeur compte avec Nelson Piquet le champion du monde dans ses rangs. Depuis son retour en Formule 1 en l'an 2000, BMW s'est établi dans le groupe de tête des constructeurs.

La salle « Course moto. Des succès glanés sur deux et trois roues. » montre comment BMW est devenu jusqu'à la fin des années 1930 la marque aux plus grands succès sportifs d'Europe comme en témoignent moult records du monde et victoires de course. La longue tradition sportive, jalonnée de succès dans toutes les disciplines de la course, démontre le dynamisme de la marque de motos BMW.

Exposant les modèles 1800 TI et 2000 TI, la salle « Voitures de tourisme. » représente les voitures de tourisme classiques, proches de la série, qui ne se différencient guère des produits commercialisés sur le marché. Sur la BMW 3.0 CSL, BMW a étrenné un moteur à culasse quatre soupapes dans la course et mis à l'essai l'ABS avant de le lancer en série. L'expérience acquise avec la BMW M3 et la BMW M3 GTR est également exploitée pour perfectionner les voitures de série correspondantes.

Les moteurs de course ont, quant à eux, un emplacement qui leur est réservé dans la galerie aux côtés des moteurs d'avion.

La Maison des séries de modèles.

Dans la salle « BMW Série 7. Le luxe sous sa forme la plus dynamique. », BMW prouve sa compétence dans la catégorie de grand prestige. Le premier précurseur de la BMW Série 7, la BMW 335 de 1939, avait déjà fixé les références en matière de velouté, de technique et de dynamisme. Animée par un six cylindres de 90 ch, la BMW 335 était la berline la plus rapide de sa catégorie.

La BMW Série 7, première du nom, est apparue en 1977. C'est avec elle que l'électronique a commencé sa marche triomphale dans l'automobile chez BMW.

La salle « Modèles BMW M. M : la lettre la plus puissante au monde. » rappelle comment BMW a créé en 1978 une lignée de voitures particulièrement sportive déclinées de modèles de série, ce qu'aucun autre constructeur au monde n'avait encore osé. Les modèles BMW M construites en de petites séries exclusives forment une synthèse de hautes performances, technique fiable ayant fait ses preuves dans la grande série et style individuel. La société BMW Motorsport GmbH, rebaptisée BMW M GmbH plus tard, a été créée en 1972 afin de construire des voitures de sport dédiées à la course. La M1, voiture de sport à moteur central, est en 1978 la première BMW de série développée par cette unité spéciale, de concert avec plusieurs partenaires externes.

La Maison de la marque.

Le visiteur entre alors dans la salle « Publicité. Reflets de son époque. » dans la « Maison de la marque ». Ici, la communication de BMW face à ses clients est au centre de l'intérêt. Des affiches, des annonces et des spots publicitaires des débuts jusqu'à aujourd'hui reflètent tant l'évolution de la marque que celle de la création graphique publicitaire et du langage des images. Cette exposition fait voir comment la société a évolué et, avec elle, les exigences des clients. Il s'avère que de par la manière de se présenter et de communiquer, la marque BMW fait preuve de continuité.

Des anecdotes que les clients ont vécues avec les automobiles BMW sont documentées dans la salle « Rencontres. Expériences vécues. ». Contrairement à la salle « Publicité », c'est la communication des clients avec la marque BMW qui est ici au premier plan. C'est ainsi que la BMW Isetta et la BMW 2002 se démarquent du plateau des automobiles BMW en raison de leur popularité extraordinaire. Elles ne sont pas seulement des classiques de l'histoire de l'automobile, mais incarnent la vie et l'esprit d'une époque bien précise. Une profusion d'images de collections privées révèle les rapports étroits entre les conducteurs BMW et leurs véhicules.

L'espace « Visions. Des voies menant vers l'avenir. » décrit l'engagement de BMW dans le domaine du développement durable et de la réduction de la consommation de carburant tout en augmentant les performances et le dynamisme. Pour assurer demain aussi la mobilité individuelle, BMW fait avancer le développement d'infrastructures et de technologies relatives à l'hydrogène comme vecteur énergétique en coopération avec des partenaires de la vie politique, économique et scientifique. Cette salle informe sur les

mesures à court, à moyen et à long terme prises dans le cadre de la stratégie BMW EfficientDynamics. Ces mesures incluent des solutions intelligentes pour la gestion des flux d'énergie tout comme l'hybridation de l'ensemble mécanique et la vision de BMW CleanEnergy évitant toutes les émissions de CO₂ grâce à l'emploi d'hydrogène.

L'espace réservé aux expositions temporaires dans la « soucoupe » du musée.

En passant des aires réservées aux expositions permanentes dans le pavillon du musée à celles dédiées aux expositions temporaires dans la « soucoupe » du musée, le visiteur tombe sur les voitures-œuvres d'art BMW. La collection des BMW Art Cars est qualifiée dans le monde entier de collection exceptionnelle d'« œuvres d'art mobiles ». Elle comprend aujourd'hui 16 voitures réalisées par des artistes de renom international : Alexander Calder, Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Ernst Fuchs, Robert Rauschenberg, Michael Jagamara Nelson, Ken Done, Matazo Kayama, César Manrique, A. R. Penck, Esther Mahlangu, Sandro Chia, David Hockney, Jenny Holzer et Olafur Eliasson. Le Musée BMW expose toujours une voiture de la collection, alors que les autres sont présentées dans d'autres musées et instituts culturels renommés de par le monde.

Pour la ré-ouverture du Musée BMW, l'exposition temporaire dans la « soucoupe » est consacrée aux concept cars de BMW. Sur la plateforme au niveau supérieur du bâtiment, le visiteur assiste à une projection panoramique sur la paroi intérieure. Cette magnifique salle sans supports qui développe une surface murale de 120 mètres et atteint jusqu'à 6 mètres de haut, permet une projection panoramique sur 360 degrés et offre ainsi une autre attraction au visiteur avant qu'il ne termine son tour du musée.

Le visiteur retourne dans le hall d'entrée du musée par l'escalier mécanique au milieu de la « soucoupe ». Il peut acheter un souvenir dans la Boutique du musée ou passer en revue les nombreuses impressions intenses de la visite en se réconfortant au Café M1 qui offre une vue imprenable sur le BMW Welt et le Parc olympique.

5. Musée BMW : ateliers pédagogiques pour enfants et adolescents.

« Lieu d'apprentissage extrascolaire », le Musée BMW marie éducation et plaisir et fait rimer passé et avenir.



Le Musée BMW invite les écoliers et collégiens à la découverte et à l'exploration. Ici, ils peuvent acquérir des connaissances et expériences touchant à différentes disciplines. L'offre pédagogique du musée « Éducation avec le Musée BMW » se concentre sur des programmes à l'intention des écoles qui comprennent des visites guidées thématiques suivies d'un projet pratique et artistique. Elle vise essentiellement à développer les compétences des élèves. Au Musée BMW, la pédagogie muséale cherche avant tout à encourager les jeunes à étudier les objets exposés de manière active. La maxime « le chemin est le but » s'adresse surtout aux enfants et aux jeunes à partir de six ans. La pure connaissance des faits est reléguée au second plan, au profit des méthodes d'apprentissage. Sur cette base, le musée propose des visites guidées et ateliers aux écoles ainsi qu'aux groupes d'enfants et d'adolescents entre 6 et 13 ans et entre 14 et 18 ans respectivement.

Le Musée BMW contribue au développement des compétences clés auprès des enfants et adolescents.

Au centre des visites s'inscrivant dans le cadre de la pédagogie muséale se trouve l'étude active d'objets sélectionnés des expositions, au-delà de leur contexte technique. Le musée est un lieu qui se prête particulièrement bien à essayer différentes approches et stratégies d'exploration pour remettre en question et aller au fond des choses. Parmi les compétences clés mises en valeur par les visites du musée et ses ateliers dans le cadre du programme pédagogique, citons la perception, la faculté de communiquer, la créativité, la réflexion systémique, la conscience de l'histoire et l'éducation esthétique. Le musée propose des visites accompagnées sous forme de visites-dialogues aux adolescents à partir de 14 ans et des parcours-découverte aux enfants. Le travail pratique et créatif qui suit les visites accompagnées encourage à approfondir les impressions glanées et connaissances acquises dans une activité de création.

Les jeunes examinent des objets sélectionnés sous différents angles en discutant plusieurs thèmes majeurs, comme la technique, les sciences naturelles, l'histoire et le design. Des textes datant des débuts de l'automobile et accompagnant les objets exposés invitent également à la discussion. À l'aide d'exemples, les élèves apprennent à regarder les objets muséaux selon une approche

interdisciplinaire, multiperspective et systémique. L'« Enseignement au musée » se transforme ainsi en « Éducation au musée ». Les contenus et entretiens menés étant toujours adaptés aux connaissances et intérêts des participants ainsi qu'à leur âge.

Sur le parcours-découverte s'adressant aux enfants de 6 à 13 ans, les jeunes sont surtout invités à regarder et à explorer, mais aussi à poser des questions, à réfléchir plus vers l'aval et à devenir créatifs. Communicante, la visite accompagnée est adaptée aux enfants, à l'écoute des jeunes participants et méthodiquement variée. Ainsi par exemple, les enfants cherchent certains objets exposés à l'aide d'images détaillées et une fois qu'ils les ont trouvés, ils se mettent à les étudier de plus près. Lors de la découverte des objets et de la discussion, les enfants reprennent plusieurs rôles – par exemple celui du technicien, du styliste ou encore celui de l'expert en histoire. D'une manière ludique, la visite du Musée BMW montre aux élèves que les appareils techniques pris dans leur ensemble, mais également dans le détail, sont le résultat d'un processus de création réfléchi et en même temps le point de départ pour les réflexions visant les conceptions d'avenir. La visite leur révèle aussi que les éléments de style découlent de fonctions initiales et qu'ils ont donc bien une histoire.

Les visites accompagnées du musée à l'intention des enfants et adolescents sont suivies d'un travail pratique à l'Atelier créatif du Musée BMW. Les enfants et adolescents exploitent leurs impressions et les connaissances acquises pour devenir eux-mêmes créatifs et développer une activité de conception. La visite du musée s'enrichit ainsi d'une expérience particulièrement valorisante.

Pour l'ouverture du musée, le programme pédagogique est dédié au sujet de la peinture automobile établissant ainsi un lien avec la collection des BMW Art Cars. Les collégiens étudient des thèmes comme l'ornement, le symbole et l'anamorphose. Les écoliers se penchent, quant à eux, sur le design de différentes voitures.

L'offre pédagogique du Musée BMW veut inciter les enfants et adolescents ainsi que leurs enseignants et leur encadrement à poursuivre le travail créatif à l'école ou à la maison. À la réservation d'un des programmes proposés, les enseignants reçoivent une documentation pédagogique. Ces médias sont par ailleurs également disponibles pour les groupes de visiteurs privés qui peuvent les acheter dans la Boutique du musée et transformer ainsi leur visite du musée en un séjour enrichissant et intéressant, par exemple dans le cadre d'une visite en famille ou d'une fête d'anniversaire pour un enfant. Le cahier « Éléments de connaissances pour jeunes » sert tant de guide lors de la découverte indépendante du musée que de support pour préparer la visite ou l'approfondir une fois rentré. Les « Feuilles créatives pour enfants »

stimulent, quant à elles, la créativité des jeunes visiteurs. Grâce aux illustrations de la théorie en haut de chaque feuille de travail, les jeunes peuvent résoudre les différents problèmes sans informations supplémentaires tout en ayant la latitude nécessaire pour développer leurs propres idées.

Les propositions de l'Atelier créatif changent régulièrement et offrent ainsi des aspects sans cesse nouveaux incitant à se pencher de manière créative sur différents thèmes. C'est ainsi qu'il n'y a pas que la présentation captivante des expositions, mais aussi le programme pédagogique du musée qui invite à visiter le Musée BMW plus d'une fois.

6. Musée BMW : un site événementiel à l'ambiance authentique.

Le Musée BMW offre un cadre exclusif pour des événements uniques.



Avec la ré-ouverture du Musée BMW, un nouveau site événementiel à l'ambiance unique voit le jour. Dans un cadre architectonique exceptionnel et en plein milieu d'expositions d'une conception innovante, différentes aires du nouveau Musée BMW offrent un environnement convivial inégalé aux événements les plus divers. Quant à leurs capacités, ces aires peuvent accueillir de petits groupes au Café M1 ou bien des réunions jusqu'à 340 personnes sur la Place BMW centrale. Des visites d'experts taillées sur mesure transforment les événements au beau milieu des pièces d'exposition en une expérience culturelle. Le rattachement aux transports publics ainsi que les parkings sur place sont d'autres conditions idéales grâce auxquelles le Musée BMW se prête à l'organisation de festivités pas comme les autres. La proximité directe du BMW Welt, inauguré en octobre 2007, et de l'Usine BMW de Munich viennent compléter les atouts du musée.

Le nouveau Musée BMW présente l'histoire de l'entreprise munichoise, de la marque et de ses produits d'une manière tout aussi innovante que fascinante. Répondant à une reconception thématique et présentant une surface d'exposition nettement agrandie, il déploie la compétence de BMW comme styliste et motoriste ainsi que tout le raffinement et toute la force d'innovation de la marque. Dynamisme, sportivité, élégance et passion viennent se joindre ici. Avec ses aires événementielles, le Musée BMW offre ainsi une plateforme unique pour organiser des événements inoubliables. L'exposition vient compléter et enrichir chaque événement en y mettant une touche particulière.

Des aires événementielles exceptionnelles de toutes les tailles pour des occasions particulières.

La « soucoupe » du musée offre les possibilités les plus variées et les plus impressionnantes pour organiser un événement dans un symbole munichois mondialement connu. Offrant une surface de 652 mètres carrés et de la place pour 200 personnes au maximum, les deux aires d'exposition supérieures de ce bâtiment se prêtent à merveille tant à des présentations de produits, expositions, remises de prix ou autres réceptions qu'à des fêtes, performances d'art, nocturnes avec DJ ou projections de films.

Une autre aire événementielle du Musée BMW est en même temps le cœur du musée : la Place BMW. Cette salle se dressant à plus de 12 mètres de haut met des accents éclatants. L'interaction entre la technique des médias et l'architecture, l'« architecture-média », permet sur une surface à leds de

700 mètres carrés de mettre en scène la salle et de chorégraphier l'événement selon des formes inédites. La superficie totale est de 407 mètres carrés et autorisée pour 340 personnes au maximum.

Le hall d'entrée du Musée BMW est particulièrement bien adapté à des réceptions, des cérémonies et des conférences. Tous les chemins et zones de service essentielles s'y croisent. La vue s'ouvrant sur la Place BMW de plus de 12 mètres de haut avec son « architecture-média » moderne fournit une première impression du caractère innovant qui distingue l'architecture du nouveau musée. Sur une surface totale de 200 mètres carrés, ce hall peut accueillir jusqu'à 200 personnes. Le hall d'entrée renferme de plus le Café M1 du Musée BMW. Ce café et sa terrasse qui offre une vue imprenable sur le BMW Welt et le Parc olympique voisin peuvent également être loués pour des événements.

L'aménagement des espaces sur les différentes aires événementielles peut être adapté individuellement. Pour que l'événement se déroule sans accrocs, la gestion projet du Musée BMW offre aux organisateurs son soutien compétent et professionnel dans la planification et la réalisation de l'événement. Le service traiteur peut être repris par la société M Restaurant GmbH, l'exploitant du café ; il va du simple vin d'honneur au dîner exclusif. De plus, le Musée BMW met une large palette de prestations et de services à la disposition des organisateurs : du personnel de service au technicien des médias en passant par le service de sécurité.

Les aires événementielles sont disponibles en dehors des heures d'ouverture du Musée BMW, du mardi au vendredi à partir de 18 heures et les samedi, dimanche et jours de fête à partir de 20 heures. Dans le cadre de l'événement, l'ouverture des expositions pour des visites individuelles est possible.

7. Musée BMW : histoire, continuité, avenir.

Le Musée BMW au fil du temps.



Avec la conception innovante et fascinante de l'exposition, le nouveau Musée BMW fixe à nouveau les références, comme déjà lors de son inauguration en 1973. Dans le cadre de l'« architecture-média », une technologie des médias hors pair se confond à tel point dans l'architecture et l'exposition qu'elle devient partie intégrante de l'exposition et permet ainsi le dialogue entre le visiteur et l'exposition. Grâce à sa force d'innovation, le Musée BMW renoue directement avec sa tradition de musée au renom international, qui remonte à plus de 35 ans.

L'histoire BMW est un élément direct du présent et de l'avenir de la marque BMW. Tradition et modernité, passé et avenir ne s'excluent pas les uns les autres, mais se conditionnent les uns les autres. La conception tant architectonique que thématique du Musée BMW reste fidèle à cette maxime. C'est ainsi que la surface d'exposition a quintuplé sans nécessiter un nouveau bâtiment muséal. La « soucoupe » du musée – classée monument historique et elle-même un symbole de Munich – a été raccordée au pavillon de plain-pied attenant du siège central de BMW. Il a ainsi été possible d'agrandir le musée sur son site traditionnel entre la Tour BMW, l'Usine BMW et le BMW Welt.

Au lieu de se livrer à une mystification ponctuelle, la didactique muséale retrace les lignes d'évolution menant du passé à l'avenir en passant par le présent. Les 120 originaux – des automobiles, motos, moteurs de course et d'avion – illustrent de manière impressionnante la variété des produits, la continuité et l'innovation ainsi que tout le chemin que la marque a parcouru avec succès depuis ses débuts jusqu'à aujourd'hui et osent jeter un coup d'œil sur l'avenir. Les lignes d'évolution documentent de manière authentique les compétences de la marque BMW dans les domaines de la conception et de la technique ainsi que sa compétence d'entrepreneur tout au long de son histoire de plus de 90 ans.

Tout a commencé en 1917 par la construction de moteurs d'avion. En 1923, la Direction de BMW a décidé de construire des motos, alors que les premières automobiles ont suivi en 1928. C'étaient surtout la fiabilité des moteurs et les succès remarquables remportés en compétition qui ont fait de BMW une marque connue et reconnue à l'échelle mondiale.

Toujours à la pointe de l'innovation – le Musée BMW.

Avec l'inauguration du musée en 1973, BMW a été l'un des premiers constructeurs à ouvrir un musée automobile replaçant la marque dans le contexte de l'histoire de la culture et de la technique et de l'histoire contemporaine. À l'époque, l'édifice érigé sous la houlette de l'architecte Professeur Karl Schwanzer a fixé de nouveaux repères dans la façon de traiter sa propre histoire, mais aussi pour une nouvelle manière de percevoir les objets techniques dans leur contexte social. Au cours des 35 dernières années, le Musée BMW a organisé trois grandes expositions permanentes qui ont toutes bénéficié d'une mise en scène exceptionnelle ne manquant pas son effet sur le public : « Moteur du temps », « Signes des temps » et « Horizon des temps » – tels ont été les titres des expositions établissant les liens avec la société, l'esprit du temps et la culture. Depuis 1973, le musée a accueilli en moyenne plus de 200 000 visiteurs par an, occupant ainsi le deuxième rang des musées les plus fréquentés de Munich derrière le Musée technique.

En rouvrant ses portes le 19 juin 2008 sur des expositions d'une conception moderne et innovante se déployant autour d'originaux uniques de l'histoire de la maison, le Musée BMW ajoute un nouveau chapitre à sa success story. Le recentrage, la rénovation et l'agrandissement du Musée BMW s'imposaient pour plusieurs raisons : en effet, l'entreprise a remporté beaucoup de succès depuis 1973, elle a grandi et s'est implantée dans le monde entier. Entre-temps, BMW dispose d'une vaste gamme de produits, se vante de nombreuses innovations dans pratiquement tous les domaines techniques et est mondialement connu pour son design innovant. L'histoire de la marque a connu une évolution telle que les dimensions du musée définies à la fin des années 1960 n'ont plus suffi pour présenter la grande variété des produits du constructeur munichois. Pour répondre à l'ambition de BMW comme constructeur de grand prestige et satisfaire au niveau international des musées modernes, le Musée BMW brille aujourd'hui d'un nouvel éclat. De par son style moderne, la nouvelle conception de ses expositions et grâce à des produits fascinants, le Musée BMW fixe à nouveau les références. Il enrichira donc demain aussi le site culturel qu'est Munich et restera un pôle d'attraction pour les touristes visitant la ville. Le nouveau Musée BMW s'attend à recevoir environ 400 000 visiteurs par an.

8. BMW Welt. Un univers vivant. Le nouveau Musée BMW vient compléter la présentation unique de la marque au siège central.



L'inauguration du nouveau Musée BMW le 19 juin 2008 est l'aboutissement d'une idée ayant pris naissance avec la conception du BMW Welt. En venant voir l'Usine BMW, le BMW Welt et le Musée BMW, les visiteurs peuvent découvrir toutes les facettes de la marque. La variété des thèmes concentrés en un seul lieu fait de la découverte de la marque une expérience unique au monde. L'authenticité et la continuité, l'histoire de la marque ainsi que la production et la technique innovantes de BMW deviennent ici tangibles. Chacun des trois lieux – le Musée BMW, le BMW Welt et l'Usine BMW – permet de plonger dans la marque et ouvre une nouvelle perspectives fascinante sur elle. De concert, ils brossent une image d'ensemble qui symbolise le caractère unique distinguant BMW.

Musée BMW. L'origine de l'avenir.

En 1973, le Musée BMW a été érigé à proximité directe de la Tour BMW. En moyenne, il reçoit environ 200 000 visiteurs par an. Le concept du nouveau Musée BMW qui a quintuplé sa surface d'exposition par rapport au musée initial, place la fascination de la marque BMW en son centre. Celle-ci se distingue par le dynamisme, la sportivité et la passion. 120 originaux, de nouvelles techniques de présentation, des expositions permanentes et temporaires, ainsi que de nouveaux médias établissent des liens actuels avec l'histoire contemporaine, l'histoire des transports, de l'économie et de la société ainsi que l'art et la culture. Un parcours central mène à travers le temps et l'espace en abordant un large éventail de thèmes pluridisciplinaires et de facettes isolées. Perspectives variées, vues et regards surprenants ainsi que mises en scène généreuses des expositions viennent renforcer la qualité dramaturgique du Musée. Avec l'architecture dynamique de la fameuse « soucoupe », mais aussi avec sa richesse intérieure mondialement connue et la variété unique des originaux représentant la marque et ses produits, le Musée BMW sait enthousiasmer les visiteurs du monde entier et est un endroit populaire à ne pas rater lors du séjour à Munich.

BMW Welt. L'art d'être BMW.

Avec son architecture avant-gardiste, le BMW Welt est devenu un haut-lieu munichois. Son cœur, c'est le centre de livraison individuelle et personnalisée des voitures. Tous les ans, 45 000 automobiles environ sont remises directement à leurs nouveaux propriétaires venant des quatre coins du monde ; depuis octobre 2007, le BMW Welt a déjà accueilli plus d'un million de visiteurs. Outre la présentation exclusive de toutes les gammes d'automobiles

et de motos, des shows multimédias et expositions permettent de jeter un coup d'œil sur la recherche, le développement, le design et la production ouvrant ainsi la possibilité de vivre tout l'univers de la marque et de l'entreprise BMW. Le BMW Welt est complété par un forum événementiel doté de la technique la plus récente pour organiser des événements de tous types. L'offre gastronomique des trois restaurants ainsi que du café est variée, tout comme celle des boutiques. Le Junior Campus – une zone de découverte originale, basée sur les derniers acquis scientifiques sur les enfants et adolescents – s'adresse aux 7 à 13 ans ainsi qu'aux élèves de cette tranche d'âge. Ici, ils ont la possibilité de découvrir d'une manière ludique la « mobilité avec tous leurs sens ». Au BMW Welt, l'engagement social et la responsabilité vis-à-vis de la société se mêlent à l'attachement de BMW Group au site de Munich.

L'Usine BMW. Passion et technique.

L'Usine BMW de Munich est l'usine-mère de BMW Group ; elle fait rimer la haute école de l'ingénierie et la force d'innovation avec la passion des membres de la société pour la marque. Intégrée dans le réseau de production mondial, cette usine produit tous les jours plus de 800 voitures de la BMW Série 3 (Touring et berline) ainsi que plus de 1250 moteurs (six cylindres en ligne, huit cylindres essence et diesel, moteurs M de hautes performances pour les modèles M3, M5 et M6 ainsi que douze cylindres à essence et à hydrogène). Un total d'environ 9 000 personnes venant de plus de 50 pays travaillent à l'Usine de Munich, dont plus de 700 apprentis. L'Usine BMW de Munich utilise toutes les technologies de la production automobile : atelier d'emboutissage, atelier de ferrage, atelier de peinture, construction des moteurs et montage ainsi qu'atelier d'outillage, fabrication équipementière, sellerie et laboratoires. Elle fait partie du réseau de production mondial qui compte 23 usines dans 12 pays et au sein du BMW Welt, elle se positionne comme une « vitrine de la production BMW ». Des visites guidées individuelles permettent d'obtenir un aperçu unique et authentique de la construction automobile.

9. Objets exposés. Un aperçu.



Les originaux BMW se trouvent au centre de la conception muséale et sont le point de départ de chaque aire thématique. 120 originaux couvrant plus de neuf décennies attendent les visiteurs. Les automobiles, motos, bolides de course, moteurs et composants illustrent la richesse des produits, la continuité et la force d'innovation de la marque. Ils retracent les événements et résultats, les lignes d'évolution et succès jalonnant l'histoire BMW de plus de 90 ans. Pour répondre au niveau international élevé du Musée BMW, de nombreux objets exposés ont été intégralement restaurés en respectant exactement les originaux.

Le Musée BMW expose les pièces suivantes.

Roadster.

BMW 3/15 ch Wartburg
BMW 315/1
BMW 328
BMW 507
BMW Z1
BMW Z3 1.8
BMW Z8

Construction allégée.

Châssis BMW 303
Cadre treillis berline de course BMW 328 Kamm
Caisse en blanc BMW M6
BMW 500 cm³ à compresseur 1949

Premiers pas.

BMW IV
BMW R 32
BMW 3/15 DA 2 Berline
Hélice pour BMW IV

Motos.

Moteur M 2 B 15
BMW R 63
BMW R 39
BMW R 2
BMW R 51
BMW R 75 side-car
BMW R 68
BMW R 25/3 side-car
BMW R 50/2 police
BMW R 75/5
BMW R 100 RS
BMW R 80 G/S
BMW K 100
BMW K 1
BMW F 650
BMW R 1100 RS
BMW R 1200 C
BMW K 75 RT « ambulance »
BMW C1 « Family Friend »
BMW R 1100 S

La légende Ernst Henne.

Moto record du monde
BMW R 17
BMW R 37

Histoire de la course moto.

BMW R 51 RS
Side-car Kraus/Huser
Moto d'usine Zeller 1956
Side-car de course Schauzu
BMW R 90 Butler & Smith Daytona
BMW G/S Paris-Dakar 1981
BMW F 650 RR Paris-Dakar
BMW K 1200 R Power Cup

La marque, reflet de son époque.

BMW Isetta 250 Standard
BMW 2002 TI

Moteurs six cylindres.

M 78a (303)
M 328 (328)
M 30 (E3/E9)
M 20 (323i–E 21)
M 50 (325i–E 36)
N 52 (NG6) (630Ci)

Formules d'entraînement alternatives/CleanEnergy.

Voiture record BMW H2R

BMW 328.

BMW 328 MM Touring Coupé

Voitures de tourisme.

BMW 2000 TI
BMW 3.0 CSL IMSA
BMW 320 Groupe 5 (E 21)
BMW M3 Groupe A (E 30)
BMW M3 GTR (E 46)

Histoire de la Formule 1.

Brabham BT 52
F1 Sauber, saison 2006

Histoire M.

BMW M1
BMW M3 Sport Evolution
BMW M5 E 28
BMW M635CSi
BMW M Roadster
BMW M3 CSL
Moteur M 88 (BMW M1 de série)
Moteur S 14 B 23 (BMW M3 1ère génération)
Moteur M 88/3 (BMW M5 1ère génération + M635CSi)
Moteur S 54 (BMW M3 2e génération)
Moteur S 54 B 32 S (BMW M3 3e génération)

Séries de modèles.

BMW 520 (1ère génération)
BMW 323i (1ère génération)
BMW 745i (1ère génération)
BMW 633CSi (1ère génération)

BMW Série 7.

BMW 335 Berline
BMW 502 3,2 litres Super
BMW 3.3 Li
BMW 745i (1ère génération)
BMW 750i (2e génération)
BMW 730d (3e génération)

Art Car.

BMW 3.0 CSL Alexander Calder

Design BMW.

BMW 328 MM Roadster
BMW 3.0 CSi
BMW R 5
BMW R 90 S
BMW Z9 Coupé
BMW K 40 modèle visionnaire
Modèle en clay-extérieur automobile
Démonstrateur-intérieur automobile, couleurs et matériaux
Modèle en clay-moto

Concept Cars (« soucoupe » du musée).

BMW 531 Prototype
BMW Turbo
BMW Z22
BMW CS1
BMW GINA
BMW X Coupé
BMW Mille Miglia Concept Car 2006

Moteurs de course (galerie niveau supérieur).

M 10 (Brabham BT 7)
M49 (BMW 3.0 CSL)
M12/7 (Formule 2)
M12/13 (Brabham BT 52)
P85 (F1 V19 Williams)
P75 (BMW V12 LMR)
P60/B40 (V8 BMW M3 GTR E46)
P54 (R6 BMW 320i E46)

Hall d'entrée.

BMW 303

BMW 1600-2

BMW 318 (1ère génération)

Aérodynamique.

BMW 327/28 Coupé

10. Musée BMW : faits et chiffres.



Début des travaux :	1er novembre 2006
Inauguration :	19 juin 2008
Ouverture au public :	21 juin 2008

Découverte du Musée BMW.

Nombre des maisons thématiques :	7
Nombre des salles thématiques :	25
Nombre d'objets exposés :	125
Nombre de visiteurs attendus :	env. 400 000 par an
Effectifs :	env. 110 personnes
Boutiques :	Boutique du Musée BMW
Gastronomie :	Café M1
Aires événementielles :	« Soucoupe » du Musée BMW, Place BMW, Hall d'entrée du Musée BMW, Salle de séminaire du Musée BMW, Café M1
Musée BMW Visites guidées :	mardi à vendredi de 9 h 00 à 16 h 00, samedi, dimanche et jours fériés, de 10 h 00 à 16 h 00

Programmes pédagogiques pour groupes des tranches d'âge 6 à 13 ans et 14 à 18 ans. Sur rendez-vous.

Le Musée BMW en chiffres.

Surface totale :	
Surface d'exposition :	5 000 m ²
Surface totale nette :	10 000 m ²
Surface brute des étages :	12 200 m ²
Nombre de niveaux :	3 dans l'aire d'exposition permanente, 5 dans la « soucoupe » du musée
Nombre total des salles :	25
Longueur du parcours :	env. 1 km
Surface leds :	706 m ²

Nombre de diodes lumineuses :	1 765 000
Nombre de haut-parleurs :	540
Nombre de projecteurs :	50

Pour de plus amples informations et des réservations, veuillez appeler le service d'informations du BMW Welt au +49 (0)180 2 118822*
(6 cents/appel à partir du réseau fixe allemand DTAG) ou envoyer un e-mail à infowelt@bmw-welt.com.

11. Accès, heures d'ouverture, tarifs et visites guidées.



Après sa reconception thématique et l'agrandissement important de sa surface d'exposition, le nouveau Musée BMW illustre la compétence de BMW comme styliste et motoriste ainsi que tout le raffinement et toute la force d'innovation de la marque. Dynamisme, sportivité, élégance et passion viennent se joindre ici. 25 aires d'exposition et 120 originaux décrivent les grands développements dans leur contexte et permettent de jeter un regard sur l'avenir.

De par sa conception et son aménagement, le nouveau Musée BMW est autoexplicatif. Le parcours indiqué aux visiteurs est une recommandation pour découvrir les différents aires thématiques du musée dans l'ordre idéal. Une visite complète des expositions permanente et temporaire prend environ deux heures. Pendant le séjour au musée, le service cicérone assuré par des experts de l'histoire BMW est l'interlocuteur pour les visiteurs.

Heures d'ouverture du Musée BMW.

Le Musée BMW ouvre le 21 juin 2008.

Mardi à vendredi : 09 h 00 à 18 h 00
Samedi, dimanche et jours fériés : 10 h 00 à 20 h 00

Fermé les 24, 25, 26 et 31 décembre 2008 et le 1er janvier 2009.

Entrée.

Billet individuel :	€ 12,00
Billet réduit* :	€ 6,00
Groupes à partir de 5 personnes :	€ 9,00 par personne
Billet familial :	€ 24,00 pour 5 personnes au maximum (membres de la famille et parents au premier degré)

Visites guidées.

Réservation tous les jours de 8 h 00 à 22 h 00 au service d'information du BMW Welt, par téléphone au +49 (0)180 2 118822 (0,06 €/appel depuis le réseau fixe allemand, d'autres tarifs possibles depuis les réseaux de téléphonie mobile) ou par e-mail à infowelt@bmw-welt.com.

Les billets doivent être prélevés 30 minutes avant le début de la visite au guichet des billets et d'information du Musée BMW. Ils peuvent être payés en espèces, par carte EC ou par carte de crédit. Il n'est malheureusement pas possible de régler les billets à l'avance.

Une visite guidée dure environ 1½ heure. Pour les groupes privés, la durée peut être réduite en fonction des intérêts particuliers. Le nombre maximal de participants est de 15 personnes par groupe.

Des visites sont organisées du lundi au vendredi de 9 h 00 à 16 h 00 ainsi que les samedi, dimanche et jours fériés de 10 h 00 à 16 h 00. Les visites sont en allemand ou en anglais.

Visites publiques.

Les horaires collectifs sont ouverts aux particuliers et aux petits groupes qui sont rassemblés en un groupe de 15 personnes au maximum par horaire proposé.

Visite guidée individuelle :	€ 15,00 billet d'entrée compris
Visite guidée individuelle, tarif réduit* :	€ 7,50 billet d'entrée compris

Visites exclusives.

Les groupes privés peuvent aussi réserver des visites exclusives pour 5 à 15 personnes. Pour des raisons de capacités, il est malheureusement impossible de réserver un même créneau horaire pour les groupes plus nombreux. En fonction des capacités disponibles, il est cependant possible de réserver plusieurs visites exclusives le même jour.

Visite guidée d'un groupe :	€ 150,00 (tarif forfaitaire)
Visite guidée d'un groupe, tarif réduit* :	€ 75,00 (tarif forfaitaire)

* Entrée 1 heure avant la fermeture pour tous les visiteurs ; entrée générale pour enfants et élèves de moins de 18 ans, apprentis, étudiants, handicapés avec accompagnateur, jeunes faisant leur service militaire ou civil, bénévoles participant à une année sociale et écologique, personnes au chômage, retraités et pensionnés, clubs BMW, fédération des guides, journalistes, titulaires de la BMW Card et de la BMW Premium Card.

Programmes pédagogiques – une offre à l'intention des enfants et adolescents.

Le concept pédagogique du musée vise à communiquer avec efficacité les thèmes et messages des expositions ainsi que leurs contextes spécifiques sous une forme personnelle basée sur le dialogue et l'interaction. Les programmes se veulent adaptés aux différents niveaux de connaissances des enfants et adolescents et aux objectifs d'enseignement et de communication spécifiques de différentes tranches d'âge. Outre une visite du Musée BMW adaptée à leur âge, les enfants et adolescents ont la possibilité de laisser libre cours à leur créativité en reprenant par exemple le rôle de styliste dans l'Atelier créatif. Les programmes distinguent entre deux tranches d'âge : les 6 à 13 ans et les 14 à 18 ans. Ils sont ouverts aux groupes scolaires comme aux particuliers.

À l'issue d'un programme pédagogique, il est possible de fêter l'anniversaire pour un enfant dans l'Atelier créatif. La restauration peut être commandée au service traiteur ou amenée.

Les programmes pédagogiques sont ouverts à des groupes à partir de 10 participants (30 participants au maximum). Il n'existe pas d'horaires collectifs.

Billet : € 6,00 par personne, documentation comprise

Événements.

Il est possible de bénéficier des coulisses fascinantes du Musée BMW pour des soirées. Pour de plus amples informations, veuillez adresser un e-mail à events.museum@bmw.de ou appeler au +49 (0)180 2 118822 (0,06 €/appel depuis le réseau fixe allemand, d'autres tarifs possibles depuis les réseaux de téléphonie mobile).

Règlement intérieur du musée.

Le règlement intérieur interdit les animaux domestiques. Le règlement intérieur est affiché dans le hall d'entrée du Musée BMW.

Accès et parkings.

Transports publics.

Les lignes des transports publics munichois pour accéder au Musée BMW :

Métro (U-Bahn) : ligne U3 jusqu'à Olympiazentrum.

Bus urbain : lignes 50, 173, 174 ou métrobus 51 jusqu'à la gare des bus Olympiazentrum.

Tramway : ligne 27 jusqu'à Petuelring.

Parkings.

Voitures et motos.

Des parkings pour voitures particulières sont disponibles dans les environs du musée (entre autres garage souterrain payant du BMW Welt, parking couvert de la Tour BMW et parkings du Parc olympique). Des parkings gratuits pour motos sont disponibles le long de la rampe d'entrée du garage souterrain. Le musée n'a pas son propre parking.

Cars de tourisme.

Les cars de tourisme ne peuvent pas stationner dans le garage souterrain du BMW Welt. Des places sont disponibles entre autres sur le parking du Parc olympique.

Vélos.

Au nord du BMW Welt, en face de la station de métro Olympiazentrum, se trouve un abri pour vélos.

Tarifs de parking au garage souterrain du BMW Welt.

1,50 €/heure pour la 1ère et la 2e heure.

1,00 € pour chaque heure supplémentaire.

10,00 € maxi. par jour.

Heures d'ouverture du garage souterrain du BMW Welt.

Jours ouvrables : de 6 h 30 à 24 h 00.

Week-end : de 8 h 00 à 24 h 00.