

# **BMW France**

## **Presse et Relations Publiques**

Communiqué de presse  
2 Juin 2010

### **Le BMW Group s'engage en faveur de la culture.**

**Paris.** Élément clé de la communication de l'entreprise depuis près de 40 ans, le programme culturel du groupe BMW parraine aujourd'hui plus de 100 événements à travers le monde. Quelles que soient les activités culturelles dans lesquelles elle s'implique, l'entreprise laisse aux artistes une totale liberté créatrice, une condition aussi essentielle à l'éclosion d'œuvres artistiques originales qu'elle peut l'être à l'émergence d'innovations majeures au sein d'une entreprise prospère. L'engagement culturel du groupe BMW est axé aussi bien sur l'art contemporain que sur la musique, l'architecture et le design.

### **Le groupe BMW et l'art contemporain**

En 1972, trois tableaux de grand format, intitulés Rouge, Jaune et Bleu, sont spécialement réalisés par l'artiste Gerhard Richter à la demande de BMW pour orner le nouveau hall de réception du siège social de Munich. Cette commande marque le début de l'engagement culturel de BMW. C'est à Hervé Poulain que l'on doit ensuite l'idée des premières BMW Art Cars, qui toutes ont participé à des compétitions. Dans le cadre de son programme de recrutement de personnel qualifié pour sa nouvelle usine de Dingolfing, le groupe BMW noue par ailleurs des partenariats avec des musées et des théâtres locaux.

L'art contemporain est au cœur du mécénat culturel de BMW. Les exemples ne manquent pas : la 16<sup>ème</sup> BMW Art Car, œuvre d'Olafur Eliasson, a été dévoilée en 2007. La collection de photos AutoWerke, qui réunit des clichés de Thomas Demand, Thomas Struth, Candida Hofer, Rineke Dijkstra et d'autres artistes, a été offerte au Musée des Beaux-Arts de Leipzig à l'occasion de l'inauguration de la nouvelle usine BMW en 2005. Le Prix de la Nationalgalerie de Berlin, le Prix BMW du Salon de la photo à Paris et le Premio de Pintura espagnol visent tous à promouvoir de jeunes artistes. BMW a également coutume de sponsoriser les plus grandes expositions d'art en organisant les navettes mises à la disposition des VIP.

Le groupe BMW collabore en outre avec d'éminents artistes contemporains lors du lancement de ses nouveaux produits. Il soutient également des projets mis en œuvre par de nombreux musées à travers le monde. Depuis près de 20 ans, les membres de son personnel ont par ailleurs la possibilité d'exposer leurs propres œuvres à la « Galerie 71 », aménagée dans l'enceinte du siège social. Le groupe BMW sponsorise aussi une salle d'exposition à l'Académie des beaux-arts de Munich, où les étudiants peuvent réaliser et exposer leurs propres projets. Articulée autour d'un lieu spécifique, chaque exposition permet de présenter l'art

moderne et contemporain sous un jour différent, et aux jeunes artistes d'exposer leurs œuvres hors du marché traditionnel de l'art.

### **Le groupe BMW et la musique**

Le groupe BMW est également fier d'avoir participé à la fondation du Spielmotor e.V., l'un des tout premiers partenariats public-privé allemand mis en place en 1979. Objectif de l'association : « initier et organiser des événements culturels à Munich ». Le Spielmotor a inclus dans son programme la Biennale du nouveau théâtre musical de Munich en 1988, le festival de théâtre SPIELART en 1995 et le festival de danse contemporaine DANCE en 1998. Le Groupe assume pleinement sa responsabilité sociale en matière culturelle en encourageant, dans le monde entier, des projets dans tous les domaines de l'expression artistique.

Le projet « Opéra pour tous », récompensé par un prix, a été lancé en 1997 en étroite collaboration avec le Bayerische Staatsoper. Accueillant chaque année plus de 20 000 spectateurs, cet événement est devenu, comme le souligne Christian Ude, le maire de Munich, « un droit civique pour tous les munichois ». Kent Nagano, l'actuel directeur musical de l'opéra affirme quant à lui : « Le Bayerische Staatsoper est le premier opéra à utiliser un concept inédit comme l'Opéra pour tous pour s'ouvrir à un plus large public ».

En 2007, le projet a été repris à Berlin en coopération avec le Staatsoper Unter den Linden sous le nom « Opéra national pour tous ». Une initiative que Daniel Barenboim, le directeur musical de l'opéra national de Berlin (Staatsoper Unter den Linden), considère comme un « remerciement » à l'égard du public. La série d'événements organisée dans ce cadre en 2008 a été saluée par l'Association professionnelle du sponsoring à Hambourg (FASPO) et nominée au titre de « Marque culturelle de l'année ».

Le groupe BMW collabore aussi étroitement avec l'Orchestre de chambre de Munich pour l'organisation d'un cycle de concerts de musique contemporaine intitulé « Nachtmusik der Moderne ». Depuis 1998, il décerne tous les deux ans à de jeunes compositeurs le prix de composition BMW Musica Viva, doté de 25 000 euros, en association avec la Radio bavaroise.

L'entreprise apporte également son soutien à des festivals de jazz en Slovaquie, au Mexique, au Liban, en Afrique du Sud et en Allemagne, ainsi qu'au cycle de concerts « Jazz au château » organisé à Prague. Le prix BMW Welt Jazz, doté de 15 000 euros, et le BMW Jazz Club, en Pologne, constituent d'autres exemples de l'engagement de l'entreprise dans ce domaine. Quant aux initiatives internes, telles que les Dixi-Drivers, le Chœur d'hommes BMW et l'Orchestre de chambre BMW, elles donnent, depuis des décennies, l'occasion aux collaborateurs de l'entreprise d'exprimer leurs talents musicaux.

### **Le groupe BMW et l'architecture**

L'entreprise a prouvé, dès 1972, son intérêt pour les lignes architecturales audacieuses et dynamiques en confiant à Karl Schwanzer la construction de son siège social, le fameux « Quatre cylindres ». Elle a poursuivi plus tard sur sa lancée avec les étonnants édifices imaginés par Zaha Hadid, à Leipzig, et par Coop Himmelb(l)au, à Munich pour le BMW Welt. En 1986, le Centre de recherche et d'innovation (FIZ) est devenu l'un des centres les plus en pointe en matière de design automobile. Sa construction s'est achevée en 2004 par l'adjonction du « Projekthaus », une extension dessinée par le cabinet munichois Henn Architekten.

Sur ses autres sites, l'entreprise a également accru le niveau de ses exigences en imposant d'ambitieuses normes de présentation. Le siège social de Rolls-Royce et l'usine de Goodwood ont ainsi été réalisés par Sir Nicholas Grimshaw. Une harmonieuse unité entre design et fonction se dégage du concept architectural du BMW Welt. Le groupe BMW joue par ailleurs un rôle actif dans la promotion des jeunes architectes innovants, comme en témoigne le très populaire concours d'architecture organisé en France depuis 1988. Cette compétition parrainée par le Ministère de la culture et de la communication met en lice l'ensemble des 24 écoles d'architecture françaises.

### **Le groupe BMW et le design**

BMW peut se prévaloir aussi de près d'un siècle de design imaginé par les hommes, pour les hommes. Son objectif est de parvenir à un processus de conception optimisé et cohérent des véhicules. En 2003, une exposition mêlant tableaux et projections de films, a été organisée en étroite collaboration avec la Pinacothèque d'Art moderne de Munich pour la « Neue Sammlung ». Intitulée « L'art du design automobile », elle a été récompensée par le prestigieux Gold Award. En 2006, le groupe BMW a ouvert son troisième studio international de design, une filiale indépendante baptisée « Designworks USA ». Adrian van Hooydonk, directeur du design pour le groupe BMW depuis mars 2009, et son équipe s'attachent aujourd'hui à mettre en œuvre une philosophie du design capable de susciter des produits fascinants et à fort impact émotionnel. En matière de design et de technologie, la perfection et l'innovation sont les marques de fabrique de tous les produits du groupe BMW. Depuis qu'il a rouvert ses portes en 2008, le Musée BMW invite le public à explorer une innovante synthèse de l'architecture et du design. Au cœur de ce nouveau lieu d'exposition, on peut admirer quelque 125 pièces de collection regroupées en 25 espaces.

Un grand nombre de forums de discussion internationaux et d'expositions sur le thème du design, comme le Concorso d'Eleganza Villa d'Este qui se tient sur les rives du Lac de Côme, offrent d'autres opportunités d'échange de vues entre les experts et le grand public.

Pour plus d'informations, merci contacter le Département Communication :

Eric de RIEDMATTEN  
BMW Group France  
Directeur de la Communication / V1-FR-K  
Tél : +33.1.30.43.94.34  
Fax : +33.1.30.43.94.86  
Mail : [eric.deriedmatten@bmw.fr](mailto:eric.deriedmatten@bmw.fr)

BMW France  
SA à Directoire et Conseil de Surveillance  
Capital : 2.805.000 €  
Siège social : 3 avenue Ampère  
Montigny-le-Bretonneux  
78886 Saint-Quentin en Yvelines Cedex  
722.000.965 RCS Versailles

Christophe Koenig  
BMW Group France  
Chargé de Communication Technologique et  
Corporate / V1-FR-K  
Tél : +33.1.30.43.92.75  
Fax : +33.1.30.43.94.86  
Mail : [christophe.koenig@bmw.fr](mailto:christophe.koenig@bmw.fr)

BMW France  
SA à Directoire et Conseil de Surveillance  
Capital : 2.805.000 €  
Siège social : 3 avenue Ampère  
Montigny-le-Bretonneux  
78886 Saint-Quentin en Yvelines Cedex  
722.000.965 RCS Versailles

## **BMW Group**

BMW Group est, avec ses trois marques BMW, MINI et Rolls-Royce, l'un des constructeurs d'automobiles l'entreprise possède 24 sites de production implantés dans 13 pays et un réseau de distribution mondial et de motos haut de gamme les plus prospères du monde. D'envergure mondiale, étendu sur plus de 140 pays.

Lors de l'exercice 2009, BMW Group a vendu près de 1,29 millions d'automobiles et plus de 87 000 motos à travers le monde. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 50,68 milliards d'euros. Au 31 décembre 2009, l'entreprise employait près de 96 000 personnes à l'échelle mondiale.

Le succès économique de BMW Group repose depuis toujours sur une pensée à long terme et une action responsable. L'entreprise a inscrit dans sa stratégie la durabilité économique et sociale tout au long de sa chaîne de création de valeur, la pleine responsabilité du constructeur vis-à-vis des produits et l'engagement à préserver les ressources. Ces efforts sont récompensés puisque BMW Group figure depuis cinq ans en tête des constructeurs automobiles dans le Dow Jones Sustainability Index.