

Communiqué de presse n°1886
22 janvier 2015

La BMW Art Car de Jeff Koons présentée au Centre Pompidou du 4 février au 16 mars 2015.

À partir du 4 février 2015, à l'occasion de la première grande rétrospective européenne consacrée à l'œuvre de Jeff Koons, le Centre Pompidou accueille le célèbre véhicule de la série des BMW Art Cars créé par l'artiste.

Exposée pendant six semaines dans le Forum du Centre Pompidou, la BMW Art Car de Jeff Koons revient à l'endroit-même où l'artiste l'avait présentée et signée en avant-première en 2010.

Jeff Koons, passionné de conduite automobile depuis sa jeunesse, avait manifesté son souhait de créer une Art Car. Sa collaboration avec BMW est annoncée à New-York, dans l'atelier de l'artiste, en février 2010. Il déclare alors « J'ai toujours pensé que ce serait un honneur de travailler sur une BMW Art Car. J'ai hâte de perpétuer une tradition initiée par des artistes aussi prestigieux que Calder, Lichtenstein, Stella et Warhol. »

Evoquant la collection des BMW Art Cars, Serge Naudin, Président de BMW Group France souligne « combien BMW et Hervé Poulain, créateur du concept, ont été précurseurs, à la lecture de notre époque où art contemporain et mobilité investissent tous les territoires du quotidien. L'art en mouvement et le plaisir de conduire se conjuguent à merveille dans la toute dernière illustration de Jeff Koons qui a signé son œuvre, ici même, au Centre Pompidou en juin 2010».

En novembre dernier, en parcourant les salles de l'exposition parisienne, Koons évoque ainsi cette création au statut « à part entière » : « Pour moi, l'Art Car est une création à part dans l'œuvre d'un artiste. En regardant toutes les œuvres exposées ici, depuis les premiers « Inflatables » des années 1970, j'y vois ces couleurs vives que l'on retrouve dans l'Art Car. Je voulais saisir le dynamisme d'un corps en mouvement, capter sa puissance, son énergie et exprimer l'explosivité de la voiture ».

«La présence exceptionnelle de la BMW Art Car de Jeff Koons dans le Forum du Centre Pompidou est une invitation à découvrir la rétrospective que nous consacrons à l'artiste » se félicite Alain Seban, Président du Centre Pompidou. Cette exposition a déjà accueilli plus de 250 000 visiteurs depuis son ouverture le 26 novembre dernier et son succès s'affirme déjà comme historique pour le Centre Pompidou.

Bernard Blistène, directeur du musée national d'art et commissaire de l'exposition explique quant à lui : « Pour concevoir cette carrosserie, Koons puise dans le vocabulaire du pop art, en faisant notamment référence à la bande dessinée. Comme pour chacune de ses œuvres, la composition des motifs, des couleurs et des effets est marquée par un incroyable souci de perfection. Brillante, lisse, cette voiture reflète la vitesse, réfléchit les lumières de la ville, comme d'autres sculptures de l'artiste reflètent notre monde ».

L'absolue liberté de création garantie à chaque artiste œuvrant pour la collection BMW connaît comme seules limites les contraintes techniques dues à l'usage des voitures en course, rien ne devant faire obstacle à l'optimisation aérodynamique. Jeff Koons a choisi d'utiliser un vinyle adhésif pour impression digitale approprié au car wrapping. Il a sélectionné sur un nuancier pantone vingt couleurs très vives, que des machines d'impression numérique en hexachromie, parmi les meilleures du monde, ont reproduit fidèlement.

La première mondiale de cette BMW M3 GT2 a eu lieu à Paris, au Centre Pompidou, avant que la voiture ne figure dix jours plus tard sur la grille de départ des 24 Heures du Mans. Elle a ensuite débuté un tour du monde, accueillie dans des musées et pour des événements mondiaux, du Festival de vitesse de Goodwood au Royaume-Uni à Séoul, en passant par Miami, avant de clore son parcours au Centre Pompidou.

L'idée consistant à confier la création d'une voiture à un artiste revient à Hervé Poulain, commissaire priseur français et coureur automobile passionné, aujourd'hui Vice-président d'Artcurial, qui trouva des alliés enthousiastes en la personne de Jochen Neerpasch, alors directeur de BMW Motorsport et du Dr. Horst Avenarius, Directeur de la Communication de BMW. L'histoire est donc née il y a 40 ans lorsqu'il demanda à l'artiste américain Alexander Calder de décorer une BMW de compétition, la BMW 3.0. CSL. Premier modèle à s'inscrire en trait d'union entre le monde de l'art et celui de la course automobile, cette voiture participa aux 24 Heures du Mans. Cette vision fut pour BMW l'étincelle qui détermina le lancement de cette unique collection de BMW Art Cars qui compte aujourd'hui 17 « œuvres d'art roulantes » et permis à des artistes de renommée internationale de laisser libre cours à leur créativité en décorant des carrosseries de voitures.

BMW et le mécénat culturel

BMW soutient plus de 100 projets culturels dans le monde entier, dans les domaines de l'art moderne et contemporain, du jazz et de la musique classique, ainsi que de l'architecture et du design avec la volonté de les partager avec le plus grand nombre.

BMW Group France poursuit une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niepce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie et Paris Photo. Depuis 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France: telle que la prévention routière pour les jeunes conducteurs.

Informations pratiques : Exposition BMW Art Car Jeff Koons

Centre Pompidou

Centre Pompidou (Forum)
75191 Paris Cedex 04
du 4 février au 16 mars 2015

La présentation de la BMW Art Car est réalisée à l'occasion de la rétrospective Jeff Koons au Centre Pompidou.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
BMW France
Communication Corporate
Tél : +33.1.30.43.93 .23
@: maryse.bataillard@bmw.fr

Céline Janvier
Centre Pompidou
Attachée de presse
Tél : +33.1.44.78.49.87
@ : celine.janvier@centrepompidou.fr

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution environ 5.000 salariés en France. En 2013, BMW Group France a immatriculé 65.841 automobiles des marques BMW et MINI et 10.317 motos. Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit en novembre 2013 la révolutionnaire BMW i3.

L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le leader mondial des constructeurs d'automobiles et de motos Premium. Le Groupe offre également un ensemble de services de financement et de mobilité Premium. BMW Group possède 30 sites de production implantés dans 14 pays différents et dispose d'un réseau de vente mondial présent dans plus de 140 pays.

Lors de l'exercice 2013, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total de 1,963 million d'automobiles et plus de 115 215 motos à l'échelle mondiale. Avec un chiffre d'affaires de 76,06 milliards d'euros, l'entreprise a réalisé un résultat avant impôts de 7,91 milliards d'euros en 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés à travers le monde.

Depuis toujours, le succès de BMW Group s'est bâti sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

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>