

## Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°1903  
3 février 2015

### **BMW Group France lance l'appel à candidatures pour la Résidence BMW au musée Nicéphore Niépce 2015.**

**BMW et le musée Nicéphore Niépce organisent, pour la cinquième année consécutive, un appel à candidatures pour la Résidence BMW au musée Nicéphore Niépce où un jeune artiste photographe réalisera un projet photographique au cours d'un séjour de trois mois à Chalon-sur-Saône.**

BMW soutient la photographie depuis 2003. Partenaire de Paris Photo et des Rencontres d'Arles, cet engagement s'étoffe pour aboutir en 2011 à la création de la Résidence au musée Niépce. BMW entend ainsi favoriser la création et l'émergence de nouveaux talents à qui est offert une visibilité exceptionnelle auprès des professionnels et du grand public.

Après Alexandra Catiere, Marion Gronier, Mazaccio & Drowilal et Natasha Caruana, François Cheval, conservateur du musée Nicéphore Niépce et toute son équipe accompagneront dans son projet le nouveau lauréat en résidence du 7 septembre au 27 novembre 2015.

Une sélection des photographies produites en Résidence sera exposée dans deux événements majeurs consacrés à la photographie en France dont BMW est partenaire : Les Rencontres d'Arles et Paris Photo.

Un film illustrant le parcours créatif et l'univers du lauréat sera réalisé par François Goizé et présenté lors de ces expositions.

Enfin, un livre coédité avec les éditions Trocadéro dévoilera l'intégralité des œuvres conçues au cours de la Résidence. Il viendra enrichir la collection «BMW Art & Culture », initiée avec l'éditeur dès la création de la Résidence présentant chaque année le travail des nouveaux lauréats.

Afin d'avoir l'esprit libre pour créer, le lauréat bénéficiera également d'une aide matérielle sous la forme d'une bourse de 6 000 € ainsi que d'une prise en charge de ses frais d'hébergement à Chalon-sur-Saône, pendant les trois mois de Résidence au musée Nicéphore Niépce.

Les dossiers de candidatures devront être composés d'une biographie, d'un dossier présentant la démarche générale de l'artiste et d'une note d'intention du projet artistique envisagé. Ils pourront être transmis par voie postale au musée Nicéphore Niépce jusqu'au 15 avril 2015.

Une présélection de 10 dossiers de candidatures sera réalisée par l'équipe du musée Nicéphore Niépce et seront ensuite analysés par un jury composé de François Cheval, Conservateur du Musée Nicéphore Niépce, de Sam Stourdzé Directeur des Rencontres d'Arles, du Directeur de Paris Photo, de Damien Bachelot, collectionneur, de Chantal Nedjib, Présidente de l'Image par l'Image, de Maryse Bataillard, responsable du mécénat culturel BMW France.

**L'appel à candidatures est téléchargeable dès à présent sur les sites internet du musée Nicéphore Niépce et de BMW Group France :**

[www.museeniepce.com](http://www.museeniepce.com) - [www.bmw.fr/artetculture](http://www.bmw.fr/artetculture)

## Communication et relations publiques

### **Le lauréat sera annoncé pendant la semaine d'ouverture des Rencontres d'Arles 2015.**

*Pièce jointe :*

*Appel à candidatures Résidence BMW au musée Nicéphore Niépce 2015*

### **Pour plus d'informations, vous pouvez contacter :**

BMW Group France  
Maryse Bataillard  
[maryse.bataillard@bmw.fr](mailto:maryse.bataillard@bmw.fr)

musée Nicéphore Niépce  
Emmanuelle Vieillard  
[communication.niepce@chalonsursaone.fr](mailto:communication.niepce@chalonsursaone.fr)

L'image par l'image  
Chantal Nedjib  
[cnedjib@chantalnedjibconseil.com](mailto:cnedjib@chantalnedjibconseil.com)

### **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 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 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 les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. 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 : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. 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 premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2,118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,91 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 76,06 milliards d'euros pour l'exercice financier 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit 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.

<http://www.bmwgroup.com/>  
Facebook : <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter : <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube : <http://www.youtube.com/BMWGroupview>  
Google+ : <http://googleplus.bmwgroup.com/>