

Communiqué de presse 1951
29 avril 2015

Exposition à Paris Photo Los Angeles des lauréats 2013 de la Résidence BMW au musée Nicéphore Niépce : Mazaccio & Drowilal.

BMW est Partenaire Officiel de la troisième édition de la foire à Los Angeles.

Paris – Los Angeles. Les photographes Mazaccio & Drowilal présenteront leur travail durant la troisième édition de Paris Photo Los Angeles du 1er au 3 mai 2015. C'est la première fois que BMW présente le fruit de sa Résidence photographique lors de Paris Photo Los Angeles au sein des Studios Paramount Pictures.

La série photographique « Wild Style » qui sera montrée lors de cette foire est le résultat des 3 mois de Résidence des artistes Mazaccio et Drowilal au sein du musée Nicéphore Niépce à Chalon-sur-Saône.

Elise Mazac, alias Mazaccio et Robert Drowilal pratiquent la photographie en duo, autant pour la prise de vue que pour la sélection des images. Avec leurs photographies teintées d'humour, ils vont au-delà de la description et mettent en place un nouveau mode d'écriture influencé par leurs expériences du collage, du photomontage et de la culture numérique.

Les figures et les objets collectés dans Wild Style, tee-shirt, mugs, ou objets usuels, forment un catalogue des formes de réification de la vie animale par l'image, au point que l'écart entre le réel et sa représentation tend à devenir imperceptible.

En plus de ces images, l'exposition présentera une nouvelle série réalisée par les artistes en 2014 en Californie : « Antepisode », une traduction française de « Prequel ». Ce projet est une enquête menée dans la Silicon Valley sur les racines des entreprises informatiques et numériques. L'accent est mis sur l'importance de l'environnement de ces entreprises où les lignes de codes, qui ont changé la face de notre monde, sont nées.

Mazaccio & Drowilal déclarent à propos de leur exposition durant Paris Photo Los Angeles : « Nous sommes ravis de prolonger la résidence BMW au musée Nicéphore Niépce en

Communication et relations publiques

présentant notre travail aux amateurs d'art américains dans les prestigieux Studios Paramount, un lieu mythique, chargé d'histoire et de fiction. »

Christoph Wiesner, Directeur artistique de Paris Photo, souligne que « cette initiative vient depuis 4 ans soutenir la jeune photographie et s'ancre dans une volonté et une tradition qui sont chères à Paris Photo depuis de nombreuses années. La Résidence BMW offre tant au niveau de la création, de la visibilité que de sa diffusion une très belle opportunité chaque année renouvelée pour les jeunes talents. Artistes et photographes, les lauréats peuvent ainsi poursuivre leur exploration vers de nouveaux champs de réflexion. C'est avec plaisir que nous accueillons les travaux issus de la résidence de Mazaccio & Drowilal.

BMW soutient la photographie autour d'un partenariat culturel inédit et ambitieux avec le musée Nicéphore Niépce, sous la forme d'une résidence d'artiste. Initiée en 2011, la Résidence BMW est née du souhait commun du musée et de la marque de développer les pratiques photographiques contemporaines, de « l'envie partagée d'être emmené dans de nouveaux espaces de création », comme le commente François Cheval, conservateur en chef du musée Nicéphore-Niépce.

Ce mécénat permet à un jeune artiste photographe, choisi par des personnalités du monde de la photographie, après un appel à candidatures, de réaliser un projet au cours d'une résidence de trois mois. Sous la direction de François Cheval, conservateur en chef du musée Nicéphore Niépce et avec l'aide technique du laboratoire du musée, l'artiste a la possibilité d'explorer de nouveaux champs de réflexion. Outre une bourse de 6 000 euros et le financement de son hébergement à Chalon-sur-Saône, le lauréat voit son travail exposé aux Rencontres d'Arles, à Paris Photo, dans un livre coédité aux éditions Trocadéro et dans une vidéo réalisée par François Goizé.

Serge Naudin, président du directoire de BMW Group France, souligne la similitude des démarches des photographes et des designers « c'est avec la même liberté de création et la même recherche esthétique que nos designers et nos ingénieurs conçoivent nos voitures en inventant chaque jour celles de demain. BMW France se tourne donc naturellement vers la photographie pour permettre aux lauréats de la Résidence d'approfondir leur travail et de découvrir de nouvelles voies en toute liberté. BMW soutient ainsi la production, favorise l'émergence de talents et offre aux lauréats une visibilité exceptionnelle auprès des professionnels et du grand public passionnés par la photographie ».

Communication et relations publiques

Dans le cadre du partenariat avec Paris Photo qui dure depuis 12 ans, BMW fournira de nouveau cette année un service de navette VIP pour la foire. La foire sera ouverte du 1er au 3 mai, de 12h à 19h. Depuis plus d'une décennie maintenant, BMW est le partenaire des plus grandes foires et festivals internationaux, dont Paris Photo Paris, Les Rencontres d'Arles, La Frieze New York et Londres, Art Basel à Bâle, Hong Kong, ou Miami, le Gallery Weekend à Berlin ou encore TEFAF Maastricht.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Jean-Michel Juchet

Directeur de la communication

Tél : +33 6 86 18 23 33

E-Mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

Maryse Bataillard

Communication Corporate

Tél : +33 1 30 43 93 23

maryse.bataillard@bmw.fr

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup>

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.

Communication et relations publiques

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 8,71 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 80,40 milliards d'euros pour l'exercice financier 2014. Au 31 décembre 2014, les effectifs de BMW Group étaient de 116 324 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.