

Communiqué de presse

4 octobre 2024

BMW, Partenaire Officiel d'Art Basel Paris depuis sa création, présente « The Green Ray » de Mustapha Azeroual et Marjolaine Lévy, réalisé dans le cadre du programme BMW ART MAKERS.

- **BMW partenaire officiel des foires Art Basel dans le monde depuis 20 ans.**
- **En tant que partenaire automobile, BMW met à disposition un service de voitures électriques pour une mobilité plus durable des invités dans la capitale française.**
- **Pour la première fois, les lauréats du programme BMW ART MAKERS présentent leur projet à Art Basel Paris.**

Paris. Du 18 au 20 octobre 2024, BMW est fier d'être le partenaire officiel d'Art Basel Paris, rendez-vous majeur de l'art contemporain en France, qui se déroule au Grand Palais pour la première fois.

Un partenariat placé sous le signe de l'innovation et d'une mobilité plus durable.

BMW, est un acteur pionnier dans le domaine de la mobilité plus durable avec l'une de gammes de véhicules électriques et hybrides la plus complète du marché.

Chaque année BMW met à disposition d'Art Basel à Bâle, Hong Kong, Miami Beach et Paris une flotte exclusive de véhicules de luxe pour une expérience privilégiée des VIPs et collectionneurs de ces foires majeures de l'Art Contemporain. Pour cette édition d'Art Basel Paris, BMW France propose aux invités VIP First Choice une flotte de 15 berlines et limousines électriques BMW i5 et BMW i7.

BMW, mécène engagé dans la création

BMW commissionne, pour chaque édition d'Art Basel, une expérience artistique inédite avec des artistes contemporains de la scène émergente.

Pour cette première édition d'Art Basel Paris au Grand Palais, **l'artiste Mustapha Azeroual et la curatrice Marjolaine Lévy présentent une installation immersive et optique du projet « The Green Ray »**, après une première exposition aux Rencontres d'Arles et juste avant Paris Photo, partenaires historiques du programme.

Trois panneaux de très grand format plongent le spectateur dans une expérience sensorielle, rendue possible grâce aux effets visuels de relief et de mouvement permis par la technique lenticulaire. Avec cette installation, le duo lauréat contribue à répondre aux enjeux d'innovation défendus par le programme BMW ART MAKERS.



Les prises de vue de « The Green Ray » sont déléguées par l'artiste à des communautés de marins et de navigateurs pour réduire l'impact environnemental en limitant les déplacements et prend la forme d'une œuvre abstraite inscrite dans les problématiques et les enjeux de notre société.

« THE GREEN RAY »

« Les imposants halos colorés de Mustapha Azeroual emportent les spectateurs dans des territoires inaccessibles, là où tout n'est que démesure et mystère, la haute mer. Océan Arctique, Méditerranée, Mers australes, face à « The Green Ray », le public parcourt le globe et plonge dans la couleur. « The Green Ray » consiste en effet en l'enregistrement de la chromie du ciel lors du lever et du coucher du soleil dans ces zones géographiques lointaines. Azeroual confie un protocole précis à des marins : photographier l'astre solaire lors de son lever et de son coucher, avec l'espoir d'apercevoir le rayon vert. Dans ces images sources, l'artiste prélève des pixels de couleurs pour reconstituer des paysages atmosphériques à la richesse chromatique remarquable, animés par le panneau lenticulaire qui les accueille en sa surface.

Toutefois, ces abstractions célestes témoignent d'une réalité plus difficile et montrent de manière subtile une suractivité humaine, même sur les mers, puisque la couleur du ciel est liée à notre présence sur terre. Au-delà de porter un regard sur la dégradation du monde, « The Green Ray » cherche à défendre qu'une autre voie de l'abstraction est possible, une œuvre abstraite inscrite dans les problématiques de notre société qui propose une expérience optique contemplative au public »

Marjolaine Lévy, curatrice.

BMW, 50 ans d'engagement culturel

Depuis plus de 50 ans, BMW Group a initié et participé à des centaines de projets et de collaborations culturelles à travers le monde. Son engagement se porte principalement sur l'art moderne et contemporain, la musique et le son, l'architecture et le design.

Mécène de la photo en France depuis 2003, BMW France soutient avec son programme BMW ART MAKERS la création émergente, l'innovation et l'expérimentation dans le champ des arts visuels. Ce programme nomme chaque année un duo artiste / curateur pour mener un projet artistique. Il offre une bourse au duo ainsi qu'un budget de recherche et de production pour produire une exposition inédite.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group France

Myriam AHDJOUJ

Responsable Communication Corporate

+33 6 30 18 28 21

myriam.ahdjoudj@bmw.fr

Maud PRANGEY

Relations presse

+ 33 6 63 40 54 62

mprangey@gmail.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 pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international).

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2023, BMW Group France a immatriculé 87 788 automobiles des marques BMW et MINI et 21 615 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 4,2 milliards d'Euros. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. Depuis plus de 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 l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr www.mini.fr www.bmw-motorrad.fr

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

X: <https://x.com/BMWGroupFrance>

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, 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. BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2023, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,55 millions d'automobiles et plus de 209 000 motos. Le bénéfice avant impôt pour l'exercice 2023 s'élève à 17,1 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 155,5 milliards d'euros. Au 31 décembre 2023, le BMW Group employait 154 950 personnes.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable.

L'entreprise a fixé très tôt le cap pour l'avenir et place systématiquement la durabilité et la gestion efficiente des ressources au cœur de son approche stratégique, depuis la chaîne d'approvisionnement jusqu'à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits, en passant par la production.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>

Art Basel

Fondée en 1970 par des galeristes bâlois, Art Basel organise des foires d'art moderne et contemporain à Bâle, Miami Beach, Hong Kong et Paris. Définie en collaboration avec la ville et la région hôtes, chaque manifestation Art Basel est unique, comme en témoignent les galeries participantes, les œuvres présentées et la programmation parallèle produite en collaboration avec les institutions locales. L'engagement d'Art Basel se déploie au-delà des foires artistiques, avec une participation à des plateformes numériques et de nouvelles initiatives telles que le Art Basel and UBS Global Art Market Report, une analyse macroéconomique du marché mondial de l'art. Le Financial Times est son partenaire média mondial. Pour plus d'informations : artbasel.com.