



Comunicato stampa N. 08/08

San Donato Milanese, 31 gennaio 2008

OneVision by BMW Serie 1. Serata finale a Milano

Ieri l'ultimo appuntamento "live" del progetto promosso dalla compatta premium di BMW. Per l'occasione allestita un'installazione che accoglieva le clip dei giovani creativi invitati a confrontarsi sul tema "MyDay MyDay". Le clip si possono ancora vedere e votare su www.onelikenoon.it. Entro febbraio la proclamazione dell'artista vincitore del Digital Art And Music Prize 2007

Happening finale al Metropol

La serata di ieri al Metropol di Milano - organizzata da BMW Serie 1, l'associazione culturale Elita e GQ - rappresenta l'epilogo "live" del progetto OneVision promosso dalla compatta premium BMW nell'ambito dell'edizione 2007 del Digital Art And Music Prize.

L'evento - al quale hanno preso parte grandi personaggi - ha offerto una cornice ideale alla presentazione delle clip OneVision (**v. in allegato schede degli autori e dei loro lavori**), già apprezzate dal pubblico nelle precedenti 15 tappe che hanno avuto luogo in altrettante città italiane lo scorso autunno.

Celebrato questo grande happening, che ha visto la partecipazione di un pubblico selezionatissimo di 1500 persone compresi molti dei creativi coinvolti nel progetto, OneVision è destinato a concludersi entro febbraio con la proclamazione del vincitore.

OneVision. Digital Art And Music Prize 2007

Ispirato dalla rivoluzione digitale del web 2.0 e dal recente successo di fenomeni multimediali come il boom dei video on line, OneVision Digital Art And Music Prize 2007 porta sulla scena una serie di clip accomunate da quei concetti di unicità e originalità espressi nel claim di BMW Serie 1, 'One like no one'.

OneVision - realizzato nell'ambito dell'edizione 2007 del Digital Art And Music Prize con la collaborazione di Elita e la supervisione artistica di Fabio Novembre, architetto e designer di fama internazionale e protagonista di una nouvelle vague dello stile in chiave futuristica - si propone di mettere a confronto una trentina di autori o gruppi di autori invitati a partecipare dal comitato organizzatore. Per realizzare i loro lavori, gli artisti hanno utilizzato tecniche narrative differenti, ma hanno dovuto ispirarsi al concept proposto proprio da Novembre: "MyDay MyDay". Si tratta di uno spunto creativo dalla duplice lettura, che si può interpretare sia come messaggio di soccorso, "may day", sia come racconto del quotidiano, "my day" appunto.

"Data la natura digitale del progetto - aveva spiegato Dino Lupelli di Elita in occasione della presentazione dell'iniziativa sostenuta da BMW Serie 1 - OneVision ha previsto lo sviluppo di sistemi di fruizione interattivi dei video in modalità on line, di fatto il pubblico ha potuto partecipare votando i progetti preferiti sul web tramite il sito www.onelikenoon.it.

Società
BMW Italia S.p.A.

Società del
BMW Group

Sede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)

Telefono
02-51610111

Telefax
02-51610222

Internet
www.bmw.it
www.mini.it

Capitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.
MI 1403223

N. Reg. Impr.
MI 187982/1998

Codice fiscale
01934110154

Partita IVA
IT 12532500159

Da Bolzano a Roma passando per Napoli. 15 OneVision Party in tutta Italia

Il grande party finale di Milano rappresenta la degna conclusione di una sorta di tour che ha interessato tutta l'Italia. Dal 29 settembre al 21 dicembre, oltre a vivere un evento unico, un pubblico in sintonia con i valori di unicità, originalità e individualità propri di BMW Serie 1 ha potuto apprezzare i lavori in concorso in occasione di 15 OneVision Party, serate uniche che hanno avuto luogo in altrettante città italiane sparse su tutto il territorio nazionale.

Il tour ha preso il via il 29 settembre a Bolzano in occasione di Transart_clubbing, durante una serata che ha visto la partecipazione, fra gli altri, del dj italiano di fama internazionale Claudio Coccoluto. Gli appuntamenti "live" sono proseguiti quindi con le tappe di Napoli (6 ottobre), Torino (11 ottobre), Modena (12 ottobre), Bergamo (13 ottobre), Palermo (19 ottobre), Bari (26 ottobre), Firenze (27 ottobre), Catania (31 ottobre), Genova (9 novembre), Bologna (16 novembre), Treviso (17 novembre), Brescia (23 novembre), Verona (24 novembre) e infine Roma, dove il 21 dicembre, allo Spazio 900, si è tenuto l'ultimo dei OneVision Party del 2007.

Complessivamente le 'tappe' OneVision – che hanno avuto luogo con la collaborazione delle locali Concessionarie BMW – hanno coinvolto un pubblico selezionato di circa 15.000 persone.

OneVision. Il progetto in cifre

Oltre a essere state fruibili durante i OneVision Party, le clip sono state messe on line sul sito www.onelikenooone.it, e pubblicate e distribuite con licenza Creative Commons anche su altre piattaforme quali QoobTV, YouTube, MySpace, sui siti e i blog di riferimento degli artisti oltre che su numerosi altri social network.

Nel minisito OneVision, all'interno di onelikenooone.it, dal 29 settembre 2007 al 14 gennaio 2008 i visitatori totali sono stati 237.578, le pagine viste 4.585.082, e i video hanno raggiunto un totale di 3.175.931 visualizzazioni.

Nel periodo dal 30 ottobre al 21 dicembre 2007 sul canale QoobTV si sono avuti quattro passaggi al giorno delle clip per un totale di 203 passaggi. Ogni lavoro è andato in onda mediamente 7 volte e si sono totalizzati 2476 streamings. La Home Page del sito ha riportato 95.076 impression con due newsletter inviate per un totale di 16.821 utenti iscritti e 33.642 utenti raggiunti.

La campagna di banner OneVision (22 ottobre – 11 novembre 2007) ha procurato 4.583.520 contatti generati sui siti con banner e 4.246.494 impression.

Per ulteriori informazioni contattare:

Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Telefono: 0251610294 Fax 02516100294
E-mail: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com - <http://bmw.lulop.com>