



Comunicato stampa N. 43/08

San Donato Milanese, 17 aprile 2008

OneVision by BMW Serie 1. A Chris Myhre il premio 2007

Al giovane vincitore del Digital Art And Music Prize 2007 e autore del video "My Footprint in Tokyo" il maxiassegno di 10.000 euro. Grazie al concorso sono emersi nuovi talenti come "I Ragazzi della Prateria" che, con il loro "Coffee Flavour", hanno conquistato Jovanotti e si occuperanno della gestione dei visual nel suo prossimo tour

My Footprint in Tokyo di Chris Myhre. Un lavoro in chiave ambientale

È Chris Myhre, videoartista residente a Milano il vincitore di OneVision, il progetto promosso da BMW Serie 1 e l'associazione culturale Elita nell'ambito dell'edizione 2007 del Digital Art And Music Prize. La premiazione è avvenuta nel quartiere generale che Elita ha allestito in viale Montenero 55 a Milano, in occasione del design week music festival, durante una serata che ha visto la performance audio-video degli Addictive TV.

Chris Myhre ha iniziato a lavorare per la televisione nel 1988 collaborando con MTV; negli anni successivi si è dedicato alla produzione e alla direzione di spot e corti. Dal 2005 lavora come regista freelance per clienti quali Disney, Nickelodeon, All Music e Radio Deejay. Il titolo del suo lavoro è "My Footprint in Tokyo". Il video condensa in poco meno di due minuti le considerazioni ecologiche dell'artista sullo sfondo della moderna Tokyo.

"Il premio – ha spiegato Dino Lupelli, di Elita – è stato assegnato a Chris Myhre perché ha saputo interpretare in modo attuale, dinamico ed efficace il tema 'My day my day' del progetto BMW OneVision, inserendovi efficaci richiami alla tematica ambientale legata alla mobilità urbana che rappresenta oggi uno dei grandi temi di discussione nel mondo, utilizzando una tecnica narrativa coinvolgente e immagini accattivanti e moderne che fotografano l'attualità e gli stili di vita". Alla presenza della stampa intervenuta e del pubblico del design week music festival Chris Myhre ha quindi ricevuto il maxiassegno per l'importo di 10.000 euro.

La naïveté de I Ragazzi della Prateria conquista Jovanotti

I Ragazzi della Prateria è il nome di un duo che si esibisce dal vivo producendo audio e video. Il contenuto dei video nasce filmando strisce di carta, dipinti, disegni a mano. I suoni vengono creati registrando voce, sintetizzatori e canzoni vere. Nella loro clip di quattro minuti, "Coffee Flavour" raccontano il difficile tentativo di battere il record del mondo di solitudine da parte di uno strano personaggio che si barrica in casa e si priva di ogni contatto con l'esterno: niente email, niente sms, niente telefonate...

I Ragazzi della Prateria si sono fatti notare da Jovanotti e dal suo entourage per il loro lavoro "Coffee Flavour" e sono stati invitati a occuparsi dei visual del prossimo tour dell'artista.

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 ha portato 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'.

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

BMW Group

Corporate Communications

Per realizzare i loro lavori, gli artisti hanno utilizzato tecniche narrative differenti, ma hanno dovuto ispirarsi al concept proposto proprio da Fabio Novembre, architetto e designer di fama internazionale: "MyDay MyDay". Uno spunto creativo dalla duplice lettura, che si poteva interpretare sia come messaggio di soccorso, "may day", sia come racconto del quotidiano, "my day" appunto.

"Data la natura digitale del progetto - aveva spiegato Lupelli in occasione del lancio dell'iniziativa - 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.onelikenoone.it".

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

Il grande party finale di Milano ha rappresentato la degna conclusione di una sorta di tour che ha interessato tutta l'Italia. Dal 29 settembre al 21 dicembre, 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 Coccolutto. 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.onelikenoone.it, e pubblicate e distribuite con licenza CreativeCommons 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 [onelikenoone.it](http://www.onelikenoone.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

Patrizia Venturini
Public Relations
Telefono: 0251610164 Fax 0251610416
E-mail: Patrizia.Venturini@bmw.it