

Comunicato Stampa N. 141/12

San Donato Milanese, 8 novembre 2012

Nasce BMW Creative Lab.

Un laboratorio di talenti che mescola la ricerca avanzata di BMW Group DesignworksUSA con l'esperienza, la creatività e il design delle aziende italiane. Partner per il 2012 sarà Fratelli Guzzini.

BMW Italia lancia la prima edizione di BMW Creative Lab un'iniziativa nata in cooperazione con DesignworksUSA, la società di consulenza creativa del BMW Group e un'azienda italiana espressione dell'artigianalità e del talento creativo e produttivo. Ogni anno cambierà sia il partner italiano che il tema prescelto.

BMW Creative Lab è un progetto che nasce con l'intento di far crescere la consapevolezza dei cambiamenti in essere nel mondo del design, di supportare giovani talenti che stanno per affacciarsi sul mondo del lavoro e di promuovere il valore del design del BMW Group, non solo dal punto di vista progettuale ma anche culturale. Il progetto, quindi, verte sul design in modo molto ampio, superando i confini del mondo automotive, pur continuando a parlare di mobilità.

Particolare attenzione verrà dedicata al tema della sostenibilità e alla necessità di un'integrazione intelligente, in questa fase di cambiamenti complessi, nel processo di design: dal concetto alla ricerca di materiali, dall'implementazione fino alla produzione. L'iniziativa abbinerà la competenza di DesignworksUSA, riconosciuta come una delle società più innovative nel design, con l'eccellenza di aziende italiane che da molti anni interpretano il design come un elemento fondamentale del loro successo. Ogni anno verrà scelta un'impresa diversa. Il criterio che guiderà la selezione sarà la reputazione in tema di qualità dei prodotti, la creatività e la responsabilità sociale nel mercato globale. Il tema del contest cambierà ad ogni edizione e guiderà gli studenti nello sviluppo delle loro idee progettuali. Il partner per il 2012 è la Fratelli Guzzini.

L'edizione 2012

L'edizione 2012 sarà incentrata sulla relazione tra mobilità e cibo. Questo progetto intende connettere due mondi che apparentemente non hanno molto in comune, nella convinzione che il trasferimento di esperienze e conoscenze sia uno dei modi più semplici ed efficaci per fare innovazione in entrambi i settori: il cibo e la mobilità. Preparare, a casa propria, un piatto che contenga una storia da raccontare, con sentimento e capacità tecnica per poi condividerlo con gli altri in un momento conviviale che implichi il trasporto del cibo e la sua presentazione finale.

Non si tratta qui di trasporto puramente funzionale del cibo, ma piuttosto di metterlo in un unico contenitore pieno di storie e significati. Un contenitore che può contenere diversi cibi. Un cibo che nasce insieme al suo contenitore. Un cibo che al tempo stesso è il suo contenitore. Tutte queste opzioni sono possibili e lasciate alla sensibilità dei designer.

Società
BMW Italia S.p.A.Società del
BMW GroupSede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)Telefono
02-51610111Telefax
02-51610222Internet
www.bmw.it
www.mini.itCapitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.
MI 1403223N. Reg. Impr.
MI 187982/1998Codice fiscale
01934110154Partita IVA
IT 12532500159

Il tema di BMW Creative Lab consiste nell'elaborazione di un progetto di prodotto che sappia farsi carico di aspetti culturali e di comunicazione e che rappresenti un fenomeno sociologico importante, molto rappresentativo della nostra epoca.

I designer dovranno proporre, alla fine del percorso, un "dinner set" funzionale sia per il trasporto che per la presentazione delle portate ideate per la cena.

La cultura aziendale. La promozione dei giovani talenti

Questa iniziativa mira ad identificare giovani talenti internazionali, che studiano e operano in Italia, e ad aiutarli ad acquisire il know how dell'industria, un ingrediente fondamentale oggi quando ci si affaccia sul mondo del lavoro. Allo stesso tempo, BMW Creative Lab vuole accrescere la conoscenza dei cambiamenti che il design e i designer devono affrontare senza mai trascurare l'importanza della sostenibilità nella realizzazione dei prodotti moderni.

I partecipanti avranno l'opportunità di progettare un prodotto che verrà poi realizzato dalle aziende partner del progetto. Gli studenti saranno in competizione sulla base di un tema comune, che cambierà ad ogni edizione. L'intero processo creativo sarà monitorato e supportato sia da DesignworksUSA che da Fratelli Guzzini, assicurando agli studenti una consulenza di alto profilo e invitandoli ad avere un approccio olistico, aperto, pronto a sfide inattese e capace di confrontarsi con le norme e le regole della moderna produzione industriale. Lo studente vincitore avrà l'opportunità di assicurarsi un periodo formativo di 12 mesi complessivi nelle due aziende partner.

Per l'edizione 2012 -2013 sono stati selezionati, su segnalazione delle Università e con il vaglio di esperti e delle due aziende, sei progettisti/designer scelti tra gli studenti laureati o laureandi presso lo IED (Istituto Europeo di Design) e il Politecnico di Milano: Giovanni Bartolozzi, Michela Vegliano, Attila Veress, Federico Maria Elli, Francesca Terzi e Marcela Neves Schmidt. Nello specifico, due di essi provengono dallo IED di Milano, due dallo IED di Firenze e due dal Politecnico di Milano.

Il processo creativo di BMW Creative Lab e le fasi

Il giorno 8 novembre la commissione composta da membri del BMW Group DesignworksUSA, di BMW Italia, della Fratelli Guzzini e da esperti di design, darà il briefing ai 6 giovani talenti sul tema indicato.

Nel corso dei mesi successivi (novembre 2012 – febbraio 2013) i sei designer verranno seguiti dalla commissione attraverso incontri periodici che valuteranno lo stato di avanzamento dei lavori e li supporteranno nella fase progettuale.

La fase di ideazione dei progetti verrà ripresa attraverso webcam dai designer stessi e documentata attraverso i canali ufficiali di BMW Group e della Fratelli Guzzini. Nel mese di maggio del 2013 la commissione si riunirà e valuterà il migliore progetto che verrà poi realizzato come prototipo in collaborazione con l'azienda partner, Fratelli Guzzini e verrà comunicato a livello nazionale ed internazionale attraverso iniziative ed eventi dedicati. Il vincitore del progetto BMW Creative Lab avrà la grande possibilità di seguire un progetto formativo all'interno del BMW Group DesignworksUSA per sei mesi e di altri sei mesi presso Fratelli Guzzini.

Niko von Saurma, Direttore del BMW DesignWorksUSA di Monaco spiega che “Il risultato del progetto pensato dagli studenti dovrà essere un prodotto unico che racchiude l’idea delle diverse fasi che portano all’apprezzamento di un cibo: dalla sua preparazione, al suo trasporto e la sua presentazione. Stiamo quindi cercando di sviluppare un nuovo concept di take-away”, afferma von Saurma, “e non vedo l’ora di scoprire le soluzioni proposte dagli studenti nella realizzazione di questo prodotto, che deve mostrare e comunicare le differenti funzioni per cui è stato pensato. Sarà anche molto interessante vedere come gli studenti hanno interpretato il concetto di trasporto del cibo”.

“Nel 2012 – ha dichiarato recentemente Domenico Guzzini, la Fratelli Guzzini compie 100 anni. Un secolo di continui successi in cui l’azienda è riuscita a costruire, nel tempo, una singolare storia di oggetti per la tavola, la cucina e la casa, pratici, affidabili e di grande qualità estetica. L’attenzione al design, la sperimentazione dei materiali, la ricerca e l’innovazione sono i valori che meglio la rappresentano, in nome di un ideale di “bellezza accessibile” che, negli anni, è diventato un carattere riconoscibile di ogni prodotto Guzzini”. Proprio da questa comunanza di valori e di visione delle aziende partner nasce BMW Creative Lab.

Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia
Roberto Olivi
Corporate Communications Manager
Email: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un’azienda globale, il BMW Group dispone di 29 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l’azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all’interno dell’intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell’utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi otto anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

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