

Comunicato stampa N. 099/16

San Donato Milanese, 31 agosto 2016

La prima BMW Art Car disegnata da un'artista cinese debutterà nel 2017

La creatività dell'arte contemporanea anticiperà le tendenze emergenti per la mobilità del futuro.

- La 18^a BMW Art Car farà il suo debutto nel 2017 e diventerà la prima BMW Art Car disegnata da un'artista cinese.
- Nello spirito dell'innovazione e al passo con i tempi, la 18^a BMW Art Car metterà in vetrina le tendenze emergenti per quanto riguarda la mobilità del futuro, come per esempio la guida autonoma e la connettività intelligente.

Monaco/Pechino. Cao Fei, la prima artista cinese a essere incaricata di disegnare una BMW Art Car, ha condiviso le sue ispirazioni e il concetto del design per la sua "scultura su ruote" durante un briefing per i media presso il suo studio di Pechino giovedì 25 agosto. La 18a BMW Art Car, che è basata sulla BMW M6 GT3, dovrebbe fare il suo debutto nel 2017. Ispirandosi alla velocità delle auto da corsa e agli straordinari cambiamenti nella società cinese negli ultimi decenni, Cao Fei utilizzerà questa installazione per interpretare i temi del secolo, come, per esempio, la guida autonoma e l'incontro tra mondi virtuali e realtà.

"L'auto è il fattore chiave per capire i cambiamenti che avvengono nella società cinese contemporanea. La velocità di un'auto e i rapidi cambiamenti nella società cinese sono le mie ispirazioni per la creazione della 18a BMW Art Car. Ma la mia BMW Art Car – ha detto Cao Fei – adotterà una forma espressiva completamente diversa da quelle precedenti. Sarà un'interpretazione del tema del secolo, cioè, l'idea che entriamo in uno scenario di 'terra di nessuno'. Per esempio, auto e aerei autonomi e realtà virtuale".

Durante il briefing per i media, Thomas Girst, responsabile del BMW Group Cultural Engagement, ha sottolineato la storia e le innovazioni delle BMW Art Car, dicendo che "l'arte è uno specchio che può riflettere il futuro nella realtà di oggi. Il BMW Group crede che sostenibilità, connettività e guida autonoma rappresentino i trend per la mobilità individuale del futuro. Siamo lieti che le idee dell'artista per la 18a BMW Art Car, per quanto riguarda le auto del futuro, la società e il genere umano, siano in linea con la visione di BMW sulla mobilità del futuro".

Come è avvenuto con le precedenti BMW Art Car, la 18a vettura della collezione parteciperà ad una gara in Asia e sarà anche esposta in un importante museo, diventando così l'ultimo esempio dell'impegno del BMW Group per promuovere arti e comunicazioni interculturali.

Cao Fei viene considerata una delle più importanti giovani artiste che si sono distinte in Cina. E' stata attiva sulla scena dell'arte internazionale per quasi due decenni, con i suoi esclusivi progetti multimediali nei quali esplora i rapidi cambiamenti nella società cinese odierna. Nel novembre 2015, la giuria del progetto BMW Art Car, costituita da dodici famosi direttori e curatori di musei, ha votato unanimemente a favore di Cao Fei e dell'artista americano John Baldessari per disegnare, rispettivamente, la 18a e la 19a BMW

Società
BMW Italia S.p.A.Società del
BMW Group

Sede

Via della Unione
Europa, 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

Art Car. La giuria “in particolare non vede l’ora di scoprire come Cao Fei possa trasformare la vettura in una parte immaginaria del suo universo parallelo”, nonché di poter presentare al mondo una nuova prospettiva.

Libertà creativa assoluta e pieno appoggio dell’artista

Il BMW Group è impegnato nella ricerca dell’innovazione e della creatività. Per la creazione della 18a BMW Art Car, a Cao Fei è stata garantita assoluta libertà creativa e il pieno supporto di BMW.

Cao Fei ha anche acquisito una particolare conoscenza dell’industria automobilistica. Durante lo scorso anno, il BMW Group ha organizzato per Cao Fei diversi incontri approfonditi con i massimi dirigenti dell’azienda. Per esempio, il Dr. Ian Robertson, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, ha parlato della possibilità per Cao di essere la prima artista a creare anche l’interno di una BMW Art Car; Adrian van Hooydonk, Senior Vice President di BMW Group Design, l’ha incontrata per discutere dei colori; Karim Habib, Direttore di BMW Design, ha parlato con lei sulla realizzazione dei modelli in 3-D e Olaf Kastner, President e CEO del BMW Group per la regione Cina, l’ha incontrata per discutere della “Art Factory” di BMW a Shenyang.

Inoltre, BMW ha fornito all’artista cinese informazioni di prima mano sulla velocità delle tecnologie all’avanguardia, organizzando visite e attività personalizzate. Per esempio, l’artista è rimasta meravigliata dalla collaborazione di esperti dell’industria IT con i designer di auto presso il centro di ricerca e sviluppo del Gruppo. Cao Fei ha anche visto alcune tecnologie che mostravano l’interazione tra uomo e macchina, tra realtà virtuale e intelligenza artificiale, aspetti che hanno già cominciato a influenzare le prime fasi del design automobilistico.

Presso gli stabilimenti del BMW Group di Monaco e di Shenyang, Cao Fei ha acquisito una visione d’insieme approfondita del moderno processo di costruzione delle auto. Ha anche assistito alla realizzazione dell’ultimo motore di BMW. Un giovane tecnico della linea di produzione ha parlato con l’artista riguardo i molti cambiamenti positivi che lo stabilimento ha visto nella sua vita e nella città di Shenyang. Gli esperti tedeschi della sede principale di Shenyang hanno mostrato a Cao Fei come la “cultura ingegneristica” di BMW sia alla base di ogni dettaglio del loro lavoro.

La comunicazione di queste idee ha dato a Cao Fei una nuova comprensione del design e del significato delle automobili e l’ha aiutata, a sua volta, a capire meglio le tecnologie avanzate utilizzate nella moderna industria automobilistica. Inoltre, ha potuto acquisire ulteriori conoscenze per quanto riguarda l’ampia gamma di sistemi creativi che contribuiscono a dare forma alla futura mobilità. Questo interscambio di stimoli ha rappresentato la fonte d’ispirazione per molte idee dell’artista su come creare la 18a BMW Art Car.

Storia della BMW Art Car

La perfetta interazione tra design, automobilismo, corse, tecnologia e arte contemporanea ha aiutato a rendere leggendaria ogni BMW Art Car, sia nell’industria dell’auto sia nel mondo dell’arte. Nel 1975, insieme all’ex Direttore della Motorsport, Jochen Neerpasch, all’appassionato pilota francese Hervé Poulain venne l’idea di creare una tela sulla sua BMW 3.0 CSL, incaricando l’artista americano, nonché suo amico, Alexander Calder, di dipingere la prima BMW Art Car, e segnando così la nascita della collezione.

Negli ultimi 41 anni, BMW ha invitato diciassette artisti internazionali a disegnare modelli BMW, tra i quali alcuni dei più rinomati artisti del nostro tempo: Alexander Calder (1975), Frank Stella (1976), Roy Lichtenstein (1977), Andy Warhol (1979), Ernst Fuchs (1982),

Robert Rauschenberg (1986), Michael Jagamara Nelson (1989), Ken Done (1989), Matazo Kayama (1990), César Manrique (1990), A.R. Penck (1991), Esther Mahlangu (1991), Sandro Chia (1992), David Hockney (1995), Jenny Holzer (1999), Olafur Eliasson (2007), Jeff Koons (2010). Grazie alla loro creatività, le BMW Art Car sono state un'espressione di minimalismo, pop art, art brut e arte concettuale, un'autentica testimonianza degli esclusivi trend e delle idee culturali del loro tempo.

Inoltre, le BMW Art Car vantano una lunga tradizione sportiva; al passo con la filosofia del marchio BMW del “piacere di guida”, esse uniscono l'innovazione continua con la velocità e con l'arte. Tutte le BMW Art Car sono “sculture su ruote” costruite dai modelli di serie o da auto da gara, e di questi veicoli bellissimi finora otto hanno primeggiato in pista, ottenendo risultati straordinari.

La promozione del coinvolgimento culturale per soddisfare l'impegno verso la responsabilità sociale

Il BMW Group è impegnato ad operare con responsabilità sociale aziendale attraverso il coinvolgimento culturale nella ricerca di innovazione e sviluppo. La gamma delle diciassette BMW Art Car esistenti mette in mostra vari temi artistici, comprese immagini di animali dei miti aborigeni australiani come simbolo di ammirazione per antiche civiltà, nonché la ricorrenza di dipinti tribali africani che introducono prospettive insolite e nuova linfa nell'arte tradizionale. Tutto ciò mette in evidenza gli sforzi continui del BMW Group a promuovere lo sviluppo delle varie culture e lo scambio tra di loro.

Come ultimo membro ad unirsi alla collezione delle BMW Art Car, la 18a BMW Art offrirà a tutto il mondo un'opportunità per meglio apprezzare i valori dell'arte moderna cinese e per capire la transizione della società cinese stessa.

BMW ha iniziato il programma “BMW China Cultural Journey” in Cina nel 2007 nel tentativo di promuovere la conoscenza del pubblico per la propria storia e cultura, nonché per proteggere il patrimonio culturale cinese sia tangibile sia intangibile.

Per ulteriori informazioni:

Patrizia Venturini
Public Relations
Telefono: 02/51610.164
E-mail: patrizia.venturini@bmw.it

L'impegno culturale di BMW Group

Da oltre 50 anni, il BMW Group contribuisce alla realizzazione di oltre 100 partnership culturali in tutto il mondo. Al centro di quest'impegno a lungo termine ci sono: arte moderna e contemporanea, musica jazz e classica, architettura e design. Nel 1972, tre dipinti di grandi dimensioni sono stati creati dall'artista Gerhard Richter appositamente per l'atrio della sede di Monaco del BMW Group. Da allora, artisti come Andy Warhol, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann e l'architetto Zaha Hadid hanno collaborato con BMW. Attualmente l'artista cinese Cao Fei e l'americano John Baldessari stanno creando le prossime due vetture per la BMW Art Car Collection. Oltre a partnership come quelle con BMW Tate Live, BMW Art Journey, “Opera for All” concerti a Berlino, Monaco e Londra, l'azienda collabora anche con i più importanti musei e mostre d'arte così come con orchestre e teatri dell'opera nel mondo. BMW Group garantisce l'assoluta libertà creativa in tutte le attività culturali in cui è coinvolto, dal momento che questa è essenziale per un innovativo lavoro artistico quanto lo è anche per importanti innovazioni in un'azienda di successo.

Ulteriori informazioni: www.bmwgroup.com/culture e www.bmwgroup.com/culture/overview

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture-925330854231870/>

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

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

Il BMW Group

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2015, il BMW Group ha venduto circa 2,247 milioni di automobili e 137.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2015 è stato di 9,22 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 92,18 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2015, il BMW Group contava 122.244 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

www.bmwgroup.com

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

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

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

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