

Comunicato stampa
10 febbraio 2021

"La responsabilità e l'affidabilità sono valori estremamente importanti"

Il BMW Group celebra 50 anni di impegno culturale globale

Monaco. Rosso. Giallo. Blu. Tutto è iniziato con tre dipinti di grandi dimensioni di Gerhard Richter che BMW commissionò nel 1971. Oggi, il BMW Group è attivo nell'impegno culturale in tutto il mondo in conformità con la responsabilità cui è chiamato a far fronte nel suo ruolo di "corporate citizen" (cittadino d'impresa). Più di un centinaio di iniziative culturali a lungo termine del BMW Group nel campo dell'**arte moderna e contemporanea**, della **musica classica**, del **jazz** e del **suono**, così come nell'**architettura** e nel **design**, sono state consolidate nel corso dei decenni.

Ilka Horstmeier, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, Director of Human Resources and Labour Relations: "In tempi di rapidi cambiamenti, la responsabilità e l'affidabilità sono valori estremamente importanti. Così come la cultura. Da mezzo secolo a questa parte, abbiamo consolidato il nostro impegno culturale in tutto il mondo in veste di partner a lungo termine. Al BMW Group, crediamo che le nostre cooperazioni artistiche siano parte integrante della nostra sostenibilità sociale - nel passato, nel presente e nel futuro. È con grande gioia che il BMW Group guarda ai 50 anni trascorsi, ricchi di incomparabili partnership basate sulla stima reciproca che ci collegano alle istituzioni culturali e agli artisti più rinomati del mondo".

Dal Guggenheim Museum alla Tate Modern, dal Centre Pompidou alla Neue Nationalgalerie. Dall'Opera Staatsoper Unter den Linden e La Scala di Milano al Teatro Bolshoi di Mosca. Da Art Basel a Frieze e alla Biennale di Kochi-Muziris. La **"corporate citizenship"** e il **dialogo interculturale** sono il fulcro di un'impresa commerciale di successo come il BMW Group. La **libertà creativa** incondizionata e le cooperazioni **sostenibili e a lungo**

termine sono essenziali per dar vita ad una vera partnership nel campo culturale.

L'esperienza condivisa, il contatto e la conoscenza permettono un'interazione che va al di là della mera transazione monetaria che definisce una sponsorizzazione.

1971 - A Gerhard Richter vengono commissionati tre dipinti di grandi dimensioni

Il BMW Group gettò le basi del suo impegno culturale commissionando tre opere di grandi dimensioni all'artista tedesco Gerhard Richter. Nel 1971, gli fu chiesto da Eberhard von Kuenheim, allora presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, di creare tre dipinti per il foyer della nuova sede centrale di Monaco di Baviera. Dall'inaugurazione dell'iconico edificio "quattro cilindri" dell'architetto Karl Schwanzer nel 1973, le tre opere commissionate "Rot", "Gelb" e "Blau" sono ancora esposte all'ingresso.

1973/74 - Stabilimento di Dingolfing e mostre del BMW Group

Fin dall'inizio, l'impegno culturale del Gruppo è stato guidato dall'attenzione nei confronti dei suoi dipendenti. All'inizio degli anni Settanta, BMW aprì il suo stabilimento a Dingolfing. Senza accesso all'autostrada a quel tempo, Dingolfing emerse rapidamente come un'area attraente per il personale qualificato, e il BMW Group lavorò in sinergia con le istituzioni culturali per aprirsi alla scena artistica e culturale locale. Più o meno nello stesso periodo, una nuova galleria che esponeva le opere dei dipendenti aprì nei locali del BMW Group a nord di Monaco. Inoltre, venne creato uno spazio espositivo per presentare mostre come "The Automobile in Contemporary Art" (L'automobile nell'arte contemporanea), che portò a collaborazioni con istituzioni come la Haus der Kunst e la Pinakotheken, i rinomati musei di belle arti di Monaco.

1975 - La nascita delle BMW Art Car

Istituita dal pilota francese di auto da corsa e appassionato d'arte Hervé Poulain e concepita in collaborazione con il fondatore di BMW Motorsport Jochen Neerpasch, la prima BMW Art Car fu commissionata quando entrambi chiesero ad Alexander Calder di disegnare l'auto da corsa BMW di Poulain nel 1975. L'idea portò a una BMW 3.0 CSL dipinta che partecipò alla 24 Ore di Le Mans, dove, grazie agli straordinari esterni, si aggiudicò immediatamente il favore del pubblico. Da allora, 19 artisti di tutto il mondo hanno creato BMW Art Cars partendo da auto da corsa e da automobili BMW contemporanee, tra cui Roy Lichtenstein (1977, BMW 320i), Andy Warhol (1979, BMW M1), Robert Rauschenberg (1986, BMW 635 CSi), Esther Mahlangu (1991, BMW 525i), David Hockney (1995, BMW 850 CSi), Jenny Holzer (1999, BMW V12 LMR), Jeff Koons (2010, BMW M3GT2), Ólafur Elíasson (2007, BMW H2R), John Baldessari (2016, BMW M6 GTLM) e Cao Fei (2017, BMW M6 GT3). Queste "sculture in movimento" sono un'affascinante rappresentazione del connubio tra il motorsport e il design e tra l'arte e la tecnologia.

1979 - Uno dei primi partenariati culturali pubblico-privato della Germania

Insieme alla città di Monaco, il BMW Group ha fondato Spielmotor München e.V., una delle più antiche partnership pubblico-privato della Germania. La collaborazione mira a stabilire e sviluppare ulteriormente la città come un centro culturale regionale e internazionale. Gradualmente, Spielmotor ha ampliato il suo programma includendo la Münchener Biennale per il nuovo teatro musicale nel 1988, il festival di teatro sperimentale SPIELART nel 1995 e il festival di danza contemporanea DANCE nel 1998.

Highlights e digitalizzazione

Nel corso degli ultimi cinquant'anni, l'impegno culturale del BMW Group è andato ben oltre la progettazione delle BMW Art Cars da parte di celebri artisti. Le collaborazioni sono state ampliate ed includono musicisti famosi

come Daniel Barenboim e Anna Netrebko, che hanno incantato decine di migliaia di ascoltatori alla Bebelplatz di Berlino, e giovani artisti come Samson Young e Leelee Chan, che hanno abbandonato i propri laboratori per fare del mondo l'unica fonte d'ispirazione. Insieme ad altri partner, il BMW Group ha sviluppato una propria gamma di iniziative tra cui il BMW Guggenheim Lab, il BMW Tate Live, il BMW Open Work by Frieze, il BMW Welt Jazz Award, la BMW Art Guide by Independent Collectors, il BMW Art Journey e la serie di concerti gratuiti "Opera for all" a Berlino, Monaco, Mosca e Londra. Con il Rolls-Royce Arts Programme e varie cooperazioni di design per MINI, tutti i marchi del BMW Group sono attivi nel settore culturale. Inoltre, il BMW Group sostiene importanti musei, fiere d'arte, orchestre, festival jazz e teatri in tutto il mondo. Con BMW OPERA NEXT, partnership digitale con Staatsoper Unter den Linden dal 2019, il BMW Group ha saputo sfruttare le opportunità offerte dalla digitalizzazione per aprire il mondo dell'opera al pubblico più giovane e per rendere l'alta cultura più accessibile. Iniziative come l'Art/Tech Grant del Garage Museum of Contemporary Art di Mosca, la collaborazione con Studio Drift attraverso la quale centinaia di droni coreografati hanno volato nel cielo notturno sopra il Golfo del Messico, le cooperazioni strategiche con Artsy e Acute Art o Cao Fei, che ha presentato la sua BMW Art Car via App e AR in modalità virtuale, mostrano come un'azienda tecnologica come il BMW Group sia attiva nella trasformazione digitale, e come l'impegno culturale di quest'ultima proseguirà nel futuro.

BMW Group Italia e la Cultura

La promozione di attività culturali – insieme a dialogo interculturale, inclusione sociale, sicurezza stradale e sostenibilità – è uno dei pilastri di SpecialMente, il programma integrato di responsabilità sociale d'impresa di BMW Group Italia, filiale nazionale dell'azienda bavarese, che ha saputo trasformare il proprio impegno nella sostenibilità e in creazione di valore a lungo termine per tutti gli stakeholder. I dettagli sulle attività di CSR di BMW Italia si trovano sul sito www.specialmente.bmw.it



Il BMW Group supporta alcune tra le attività culturali più rilevanti del nostro Paese, coerentemente con quanto avviene a livello internazionale. Le collaborazioni con il Teatro alla Scala di Milano, La Milanese, Fondazione Prada, il Teatro dell'Opera di Roma, il progetto ARTEPARCO, l'attività a supporto del cinema del brand MINI, testimoniano i valori e l'impegno dell'azienda nel tessuto del Paese.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

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

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 dipendenti.

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

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

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

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

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

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

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