BMW
Corporate Communications

Informacja prasowa
22 listopada 2012

**BMW Group Polska**

**Adres**:

Ul. Wołoska 22A

02-675 Warszawa

**Telefon**

\*48 (0)22 279 71 00

**Fax**

+48 (0)22 331 82 05

[www.bmw.pl](http://www.bmw.pl/)

**Lustrzana transformacja maski BMW serii 3 zwyciężyła w finale projektu BMW ART TRANSFORMY 2012.**

**W Teatrze Wielkim – Operze Narodowej w Warszawie ogłoszono wyniki pierwszej edycji projektu BMW/ART/TRANSFORMY/2012. Zwycięzcą głównej nagrody - stypendium ufundowanego przez BMW Group Polska - został Jan Lutyk, za projekt zatytułowany „Lustro”.**

**Warszawa.** Spośród 22 oryginalnie przeobrażonych masek BMW serii 3, jury w składzie: Dominik Lejman – artysta i wykładowca na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu, Milada Ślizińska – długoletnia kuratorka wystaw w Centrum Sztuki Współczesnej, Jacek Froehlich – projektant samochodów, Szef Działu Exterior Design LG BMW Group oraz Bogna Świątkowska – prezes Fundacji Bęc Zmiana - wyłoniło zwycięskie projekty.

Nagrodę główną ufundowaną przez BMW - stypendium artystyczne w wysokości 20.000 złotych na dalszy rozwój - otrzymał Jan Lutyk za pracę „Lustro”. W uzasadnieniu członkowie jury podkreślili, że główna nagroda została przyznana „za nadanie pracy fizycznej symbolicznej wartości i transformację obiektu codziennego użytku w obiekt wysoce artystyczny”.

Wyróżnienia otrzymali również: Tomasz Gancarczyk za nowatorstwo technologiczne i zaskakujące wykorzystanie dźwięku w pracy „Coś tam warczy pod maską” oraz Wojciech Tubaja – za inteligentną grę ze stereotypem w projekcie „Chłopaki z Warlubia”.

Specjalne wyróżnienie, za autoanalizę i dekonstrukcję konsekwentnie wybranej i realizowanej drogi twórczej, otrzymał Arek Pasożyt. Nagrodą jest całoroczne ubezpieczenie zdrowotne ufundowane przez Fundację Bęc Zmiana. Nagrody wręczyli Jacek Froehlich, Małgorzata Cecherz-Kowalska – Dyrektor Marketingu BMW Group Polska oraz Katarzyna Gospodarek - Corporate Communications Manager.

Do udziału w pierwszej edycji projektu BMW/ART/TRANSFORMY zgłosiło się ponad 200 młodych artystów, z których, na podstawie przesłanych portfolio, wyłoniono grupę finalistów. Wybrani studenci i absolwenci szkół artystycznych zostali zaproszeni do udziału w Aktywnym Warsztacie Twórczym. W czasie warsztatu jego uczestnicy mieli za zadanie stworzyć własną artystyczną interpretację maski modelu BMW serii 3.

Młodzi artyści pracowali intensywnie przez 14 godzin w niezwykłej atmosferze Dużej Malarni Teatru Wielkiego-Opery Narodowej. W efekcie powstały 22 autorskie interpretacje samochodowej maski, wykorzystujące różnorodne techniki i narzędzia, m.in. spray, grafika PLOT, papier, klej, skóra, farba, technika malarsko-makietowa, markery, drewno, konstrukcje ze styropianu, a nawet miętowe cukierki.

W warsztacie wzięli udział: Marta Antoniak, Natalia Bażowska, Monika Chlebek, Piotr Chuchla, Ewelina Czajka, Norbert Delman, Tomasz Gancarczyk, Michał Gdak, Adam Grudzień, Robert Kuta, Grzegorz Łoznikow, Jan Lutyk, Anna Orłowska, Arek Pasożyt, Oskar Podolski, Olga Szczechowska, Filip Tofil, Łukasz Trusewicz, Wojciech Tubaja, Sebastian Warszawa, Filip Wierzbicki-Nowak i Ewa Żuchnik.

Mecenasem Warsztatu była OperaLab – nowa interdyscyplinarna inicjatywa twórcza, w którą zaangażowany jest Teatr Wielki - Opera Narodowa oraz BMW Group Polska.

BMW Group od ponad czterdziestu lat jest zaangażowane we wspieranie ważnych projektów artystycznych na całym świecie. To znaczący element strategii firmy i odpowiedzialności społecznej marki. Dlatego w Polsce od 2011 roku BMW Group Polska jest głównym partnerem  Teatru Wielkiego. Z inicjatywy marki BMW wspólnie z Operą Narodową realizowane są takie projekty jak BMW Jazz Club ([www.bmwjazzclub.pl](http://www.bmwjazzclub.pl)), OperaLab ([www.operalab.pl](http://www.operalab.pl) ) czy właśnie program stypendialny – BMW/ART/TRANSFORMY.

Więcej materiałów na [www.bmwtransformy.pl](http://www.bmwtransformy.pl)

**BMW Group**

BMW Group – BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles oraz Rolls-Royce – należy do producentów samochodów i motocykli premium, którzy odnoszą największe sukcesy. Jako międzynarodowe konsorcjum, grupa kieruje 29 zakładami produkcyjnymi w 14 krajach i posiada ogólnoświatową sieć sprzedaży w ponad 140 państwach. W 2011 roku, BMW Group sprzedała na całym świecie ponad 1,67 miliona samochodów oraz ponad 113000 jednośladów. Zysk przed opodatkowaniem w roku podatkowym 2011 wyniósł 7,38 miliarda euro, a dochód 68,82 miliarda euro. Na dzień 31.12.2011 firma zatrudniała około 100000 pracowników na całym świecie. Sukces BMW Group od zawsze polegał na długoterminowej strategii i odpowiedzialnym działaniu. Rozsądna polityka ekologiczna i społecznościowa przez cały łańcuch wartości produktu, odpowiedzialność za produkt oraz zaangażowanie w ochronę zasobów naturalnych to integralna część strategii korporacyjnej firmy. Od siedmiu lat BMW Group jest liderem przemysłu motoryzacyjnego w rankingu Dow Jones Sustainability Index

[www.bmwgroup.com](file:///C%3A%5CUsers%5CBasia%5CDesktop%5CBMW%5Cinformacje%20prasowe%5C2012%5Cwww.bmwgroup.com)

Facebook: [http://www.facebook.com/BMWGroup](http://www.facebook.com/BMWGroup%20)

Twitter: [http://twitter.com/BMWGroup](http://twitter.com/BMWGroup%20)

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

**W przypadku pytań prosimy o kontakt z:**

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager

Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl