



Informacja prasowa
12 maja 2022 r.

Nowe BMW i7 w progresywnej odsłonie: słynny fotograf Nick Knight tworzy ekspresyjną, futurystyczną serię zdjęć.

- Kampania z okazji wprowadzenia na rynek nowego BMW i7 przygotowana przez jednego z najbardziej wizjonerskich i wpływowych fotografów mody naszych czasów
- Unikalna koncepcja zdjęć i filmów wideo wywraca do góry nogami klasyczne wizualne nawyki
- Sztuka patrzenia w przyszłość nowym okiem: oto „forwardyzm”

Monachium. Nowe, w pełni elektryczne BMW i7 rozpoczyna nową erę typowej dla marki radości z jazdy i indywidualnej mobilności w segmencie luksusowym. Przy tworzeniu kampanii promującej ten kamień milowy motoryzacji BMW Group współpracowała ze światowej sławy brytyjskim fotografem mody i artystą Nickiem Knightem. — BMW i7 to sztuka inżynierska na najwyższym poziomie. Dlatego naszą ambicją było to, aby samochód został sfotografowany przez artystę o międzynarodowej sławie i przedstawiony jako dzieło sztuki. Niezwykła współpraca z Nickiem Knightem była dla nas wszystkich bardzo inspirująca. Nigdy wcześniej BMW nie było prezentowane w tak artystyczny i progresywny sposób — wyjaśnia Jens Thiemer, starszy wiceprezes BMW AG ds. klientów i marki.

This is Forwardism: nowe, w pełni elektryczne BMW i7 rozpoczyna nową erę uchwyconą przez Nicka Knighta w wyjątkowej serii zdjęć i filmów. Termin „forwardyzm” opisuje radość z widzenia i odczuwania przyszłości, jeszcze zanim zostanie ona stworzona. Koncepcja ta polega na ciągłym kwestionowaniu i podważaniu utartych konwencji, aby zyskiwać jak najlepsze doświadczenia i tworzyć lepszą przyszłość. Efektem tej sesji zdjęciowej jest ekspresyjna, zmysłowa, a zarazem nowatorska pod względem estetycznym seria zdjęć, która wywraca do



Informacja prasowa

Data 12 maja 2022 r.

Temat Nowe BMW i7 w progresywnej odsłonie: słynny fotograf Nick Knight tworzy ekspresyjną, futurystyczną serię zdjęć.

Strona 2

góry nogami klasyczne wizualne nawyki. Fotografie i filmy wideo wyglądają jak malowane światłem i przenoszą widza w kolorowy świat nowych możliwości i emocji.

— Podoba mi się idea, że w określeniu „forwardyzm” chodzi o to, by iść w przyszłość, a nie odwoływać się do przeszłości. Według mnie tylko w ten sposób możemy naprawdę wyrazić siebie i wyznaczyć sobie ambitne cele. Dlatego postanowiłem odwrócić kolory w tych ujęciach i pracować w przestrzeni barwowej, która mówi: „to jest coś nowego, to jest coś, czego jeszcze nie widzieliście”. To był punkt wyjścia dla tej pracy, aby zachęcić ludzi do myślenia o przyszłości. Szczególnie ważne było dla mnie, aby samochód wyglądał zupełnie inaczej niż do tej pory — tak Nick Knight opisuje swoje dzieło.

Odważna, zabawna i skłaniająca do refleksji.

Nick Knight jest jednym z najbardziej wpływowych i wizjonerskich fotografów naszych czasów. Od dziesięcioleci ten brytyjski fotograf mody przełamuje w swojej pracy klasyczne konwencje, nieustannie eksplorując granice artystyczne i techniczne. Dzięki kreatywnej współpracy z czołowymi projektantami urodzony w 1958 r. artysta zyskał ugruntowaną pozycję w świecie fotografii mody. Poprzez swój obiektyw podważa konwencjonalne wyobrażenia o pięknie, porusza kontrowersyjne kwestie społeczne oraz bawi się iluzją i prawdą. Z pasją eksperymentuje z najnowszymi technologiami i łączy je w swoich pracach z klasyczną fotografią. I wciąż na nowo odkrywa siebie i swoją sztukę.

Kampania została zrealizowana przez główną agencję The Game, a jej reżyserem był wielokrotnie nagradzany dyrektor wykonawczy Thim Wagner. — Praca z Nickiem Knightem była dla mnie wielkim zaszczytem. Śledzę jego pracę od dziesięcioleci i wiem, że zawsze wyprzedzał swoją epokę. To właśnie łączy go z BMW – nigdy nie stoi w miejscu, zawsze się rozwija.

Odważna, zabawna i skłaniająca do refleksji – to cechy, które od lat charakteryzują twórczość Nicka Knighta. Trudno byłoby lepiej opisać kampanię związaną z wprowadzeniem na rynek nowego BMW i7.



Informacja prasowa

Data 12 maja 2022 r.
Temat Nowe BMW i7 w progresywnej odsłonie: słynny fotograf Nick Knight tworzy ekspresyjną, futurystyczną serię zdjęć.
Strona 3

Wskazane dane dotyczące zużycia paliwa, emisji CO₂ i zużycia energii zostały ustalone na podstawie nowej procedury WLTP określonej w Rozporządzeniu (UE) 2017/1151 z dnia 1 czerwca 2017 r. w uzupełnieniu Rozporządzenia (WE) nr 715/2007 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie homologacji typu pojazdów silnikowych w odniesieniu do emisji zanieczyszczeń pochodzących z lekkich pojazdów pasażerskich i użytkowych oraz w sprawie dostępu do informacji dotyczących naprawy i utrzymania pojazdów w brzmieniu obowiązującym w chwili udzielenia homologacji. Dotyczą one pojazdów w Niemczech. Podane zakresy uwzględniają różnice wynikające z wybranych rozmiarów kół i opon oraz ewentualnego wyposażenia dodatkowego.

Wszystkie wartości zostały już ustalone zgodnie z nowym cyklem testowym WLTP. Podatki i inne opłaty samochodowe uwzględniające (również) emisję CO₂ oraz ewentualne bonifikaty obliczane są na podstawie wartości WLTP. Więcej informacji o procedurze pomiarowej WLTP można znaleźć na stronie www.bmw.de/wltp.

Więcej informacji dotyczących oficjalnego zużycia paliwa oraz specyficznej emisji CO₂ nowych samochodów osobowych można uzyskać we wszystkich salonach sprzedaży.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2020 firma BMW Group sprzedała ponad 2,3 miliona samochodów oraz ponad 169 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2020 wyniósł 5,222 mld euro przy obrotach wynoszących 98,990 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2020 r. w BMW Group było zatrudnionych 120 726 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Firma już na wczesnym etapie wyznaczyła kierunek na przyszłość i konsekwentnie koncentruje się na zrównoważonym rozwoju i ochronie zasobów, poczynwszy od łańcucha dostaw poprzez produkcję aż po końcową fazę użytkowania wszystkich produktów.

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Polska>
Twitter: https://twitter.com/BMW_Polska
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWPolska>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwpolska>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group-polska/>