

Comunicat de presă

16 aprilie 2018

BMW continuă colaborarea cu festivalul internațional de fotografie KYOTOGRAPHIE**Include prima expoziție în Japonia a faimosului artist Jean-Paul Goude.****Noul automobil electric BMW i3 a fost ales mașina oficială a festivalului și împrumutat municipalității din Kyoto. Modelele BMW cu design special oferă shuttle gratuit participanților la festival.**

București/Kyoto. Desfășurat anual, festivalul internațional de fotografie KYOTOGRAPHIE se desfășoară în acest an în perioada 14 aprilie-13 mai. Ajuns la cea de-a șasea ediție, festivalul are din nou BMW ca partener principal, care, în cadrul colaborării, oferă shuttle gratuit cu automobile electrice și biciclete pentru a promova mobilitatea responsabilă ecologic în timpul evenimentului.

Spre deosebire de cele mai multe expoziții, KYOTOGRAPHIE nu este organizat într-o singură galerie sau muzeu, ci în locații diferite și neobișnuite din perimetrul orașului. Acest concept încurajează iubitorii de artă să viziteze locații unice din Kyoto, unele dintre ele deschise publicului exclusiv pentru acest eveniment. În acest an, festivalul cuprinde 15 expoziții diferite în 15 locuri fascinante, inclusiv subsolul unei vechi tipografii, o fostă fabrică de gheață, un templu și chiar o piață en-gros.

Împreună cu CHANEL KK, BMW prezintă o expoziție interesantă a operelor artistului vizual Jean-Paul Goude, inclusiv o reprezentație specială de dans. Cunoscut pentru colaborarea sa cu celebrități internaționale precum Grace Jones, Rihanna, Pharrell Williams și Drew Barrymore, artistul francez aduce în premieră instalația "So Far So Goude" în Japonia. Goude a conceput designul special al unuia dintre cele trei BMW i3 utilizate ca shuttle gratuit pe durata festivalului. Un alt automobil pentru shuttle, al cărui înveliș exterior este semnat de tânărul artist japonez Izumi Miyazaki, va fi și el expus la eveniment.

Ales ca automobil oficial al evenimentului, un BMW i3 va fi împrumutat municipalității din Kyoto, coorganizator al KYOTOGRAPHIE. Primarul orașului Kyoto, Daisaku Kadokawa, va primi personal BMW i3, un automobil renumit pentru conceptul său de

Comunicat de presă

Titlu BMW continuă colaborarea cu festivalul internațional de fotografie KYOTOGRAPHIE
Pagina 2

dezvoltare durabilă și responsabilitate ecologică - teme care rezonează în mod special la sediul Kyoto Protocol.

Președintele și directorul executiv al BMW Group Japonia, Peter Kronschnabl, a declarat: "Suntem foarte mândri că susținem KYOTOGRAPHIE 2018. La fel ca BMW, KYOTOGRAPHIE apreciază inovația și creativitatea. Am toată încrederea că acest festival va crește și va aduce un nou impuls pentru lumea artei, așa cum BMW face în universul mobilității".

În afară de Jean-Paul Goude, festivalul va include și expoziții de la artiști recunoscuți pe plan internațional, precum Liu Bolin (China), Stephen Shames (SUA) și Tadashi Ono (Japonia). Acești artiști și mulți alții își vor vizita personal instalațiile, oferind vizitatorilor șansa rară de a obține o perspectivă personală asupra lucrărilor acestor genii creative.

Pentru mai multe informații, vizitați site-ul oficial KYOTOGRAPHIE.

<https://www.kyotographie.jp/?lang=en>

Despre angajamentul cultural BMW Group

De aproape 50 de ani, BMW Group a inițiat și s-a implicat în peste 100 de proiecte culturale la nivel mondial. Compania pune accentul principal pe implicarea de durată în arta modernă și contemporană, în muzica jazz și cea clasică, precum și în arhitectură și design. În 1972, trei picturi de mari dimensiuni semnate de Gerhard Richter au fost create special pentru a fi expuse în foaierea sediului central BMW Group de la München. De atunci, artiști precum Andy Warhol, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann și arhitecta Zaha Hadid au cooperat cu BMW. În 2016 și 2017, artista Cao Fei din China și americanul John Baldessari au creat două noi automobile pentru colecția BMW Art Car. Pe lângă inițiativele comune precum BMW Tate Live, BMW Art Journey și concertele "Opera for All" din Berlin, München și Londra, compania este și partener al unor muzee și expoziții de artă de renume, precum și al unor orchestre și opere de pe mapamond. BMW Group garantează libertatea absolută de creație în toate activitățile culturale în care este implicată -

Comunicat de presă

Titlu BMW continuă colaborarea cu festivalul internațional de fotografie KYOTOGRAPHIE
Pagina 3

acest aspect este esențial pentru lucrări de artă revoluționare, ca și pentru inovațiile importante într-o afacere de succes.

În România, BMW a consolidat parteneriate de tradiție, așa cum este Festivalul de muzică de cameră SoNoRo, și se implică în diverse proiecte culturale așa cum a fost colaborarea cu artistul Adrian Mitu pentru seriile Blue Coffee și Blue Hero. La nivel național, prin rețeaua de dealeri BMW, sunt susținute o gamă largă de proiecte culturale, așa cum este Festivalul de Teatru de la Sibiu.

Mai multe informații: www.bmwgroup.com/culture și

www.bmwgroup.com/culture/overview

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

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

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România

Alexandru Șeremet

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motocicletă și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. Rețeaua de producție a BMW Group cuprinde 31 de facilități de producție și asamblare în 14 țări; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2017, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2.463.500 de automobile și peste 164.000 de motocicletă. În anul fiscal 2017, profitul brut a fost de 10,655

**Comunicat de presă**

Titlu BMW continuă colaborarea cu festivalul internațional de fotografie KYOTOGRAPHIE
Pagina 4

miliarde de euro, iar veniturile au fost de 98,678 miliarde de euro. La 31 decembrie 2017, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 129.932 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

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

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

Site-uri de presă:

press.bmwgroup.com/romania