

Communiqué de presse n°2353
27 juillet 2017

La BMW i3 « Spaghetti Car », l'œuvre créée par l'artiste Maurizio Cattelan, a été vendue lors du prestigieux gala de charité organisé par la Fondation Leonardo DiCaprio.

Saint-Tropez / Paris. À l'occasion du quatrième gala de charité de la Fondation Leonardo DiCaprio organisé à Saint-Tropez, **BMW France a fait don de la BMW i3** réalisée par **Maurizio Cattelan et Pierpaolo Ferrari**, créateurs du magazine photo ToiletPaper. L'œuvre a été mise aux enchères lors de la vente de charité organisée, comme chaque année, pour collecter des fonds **au profit de la protection de l'environnement**. À l'issue des enchères très disputées, que ce soit en ligne ou sur place, l'œuvre unique, la BMW i3 voiture née 100% électrique, a été remportée par un collectionneur Suisse pour la somme de 100 000 euros. Le gala était organisé par Leonardo DiCaprio, Président fondateur de la Fondation éponyme, qui avait convié pour l'occasion la maire de Paris, Anne Hidalgo, invitée d'honneur de l'événement. Le gala était coprésidé par le Prince Albert II de Monaco, Cate Blanchett, Marion Cotillard, Penélope Cruz, Tom Hanks, Kate Hudson, Jared Leto, Madonna, Tobey Maguire, Edward Norton, Emma Stone et Uma Thurman.

Vincent Salimon Président du directoire de BMW Group France se réjouit

« que nos engagements dans le développement durable et le soutien à la création contemporaine se rejoignent pour collecter des fonds au profit de la Fondation Leonardo DiCaprio. La BMW i3 « Spaghetti Car » a été décorée Maurizio Cattelan et Pierpaolo Ferrari à l'initiative de BMW France et des Rencontres d'Arles 2016, dont BMW est partenaire officiel depuis 8 ans. Le don de cette œuvre unique pour le gala de charité annuel de la Fondation à Saint Tropez reflète une fois encore la culture de l'entreprise : oser, innover, créer en toute liberté dans un esprit responsable et durable ».

Le commissaire-priseur Simon de Pury et Lisa Schiff, expert-conseil en œuvres d'art (Lisa Schiff Fine Art) ont supervisé la vente de multiples œuvres originales réalisées par des artistes de renommée internationale tels que Jeff Koons, Tracey Emin, Urs Fischer, Paul McCarthy, Adrian Ghenie et Rudolf Stingel.

LA BMW i3 « Spaghetti Car »

À l'occasion des Rencontres d'Arles 2016, festival de photographie de renommée mondiale, l'artiste italien Maurizio Cattelan (1960), avec le photographe Pierpaolo Ferrari (1971), avait réalisé une « sculpture roulante », créée à partir d'une BMW i3. En 2009, les deux artistes créent « ToiletPaper », un semestriel dédié à la photographie. Pour la carrosserie de la BMW i3, ToiletPaper a utilisé un style qui s'inscrit dans la ligne du magazine : une image spaghetti en plan rapproché. **Maurizio Cattelan** a qualifié son œuvre dans les termes suivants :

« C'est de loin la meilleure « Spaghetti Car » que j'ai jamais goûté. Toutes ces années de perfectionnement ont finalement payé. Absolument génial ! »

Maurizio Cattelan est considéré comme un artiste majeur du moment, avec des grandes expositions dans des musées internationaux comme le Museum of Modern Art, le Centre Pompidou, ou encore le musée Guggenheim à New York. Sa sculpture « Him » (2001) a été vendue en 2016 aux enchères chez Christie's pour plus de 15 millions d'euros. La même année, dans les sanitaires du musée Guggenheim, il installe « America », des toilettes en or massif 18 carats, accessibles au public. Maurizio Cattelan participe pour la quatrième fois à la Biennale de Venise.

De Roy Lichtenstein à Andy Warhol en passant par Robert Rauschenberg et Jeff Koons, BMW collabore depuis près de 50 ans avec des artistes de renom pour créer la collection des BMW Art Cars. La série BMW i3, déclinaison de la marque BMW i lancée en 2013, regroupe des concepts et des technologies innovants pour les véhicules du futur, les services de mobilité connectés et le développement de voitures Premium durables. La « Spaghetti Car » de ToiletPaper, une voiture entièrement électrique, est dotée d'un certificat d'authenticité signé par ToiletPaper (Maurizio Cattelan et Pierpaolo Ferrari), co-créateurs de cette œuvre d'art unique.

La Fondation Leonardo DiCaprio

La Fondation Leonardo DiCaprio a organisé le 26 juillet son 4ème gala de charité pour collecter des fonds au profit de la sauvegarde des hommes et de la terre. 30 millions de dollars ont été collectés hier soir. La vente aux enchères continue en ligne pour financer les programmes de la Fondation. Le catalogue est consultable dès ce jour et les enchères seront ouvertes du 10 au 23 août: www.leonardodicaprio.org/2017auction.

BMW et le mécénat culturel

Depuis près de 50 ans, BMW soutient plus de 100 projets culturels dans le monde entier, dans les domaines de l'art moderne et contemporain, du jazz et de la musique classique, ainsi que de l'architecture et du design.

En 1972, Gerhard Richter a réalisé trois fresques pour le foyer du siège de BMW Group à Munich. Depuis, de nombreux artistes, à commencer par Andy Warhol, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann ou encore l'architecte Zaha Hadid ont collaboré avec BMW. Cao Fei, artiste chinoise, et John Baldessari, artiste américain, viennent de créer les deux dernières BMW Art Car. Outre ses activités de mécénat que sont notamment BMW Tate Live, le BMW Art Journey ou encore les concerts « Opera for All » organisés à Berlin, Munich et Londres, le groupe noue des partenariats avec des musées et des salons d'art de renom ainsi qu'avec des opéras et des orchestres du monde entier. BMW Group assure une liberté absolue de création à l'ensemble de ses activités culturelles, celle-ci étant nécessaire afin de permettre la création d'œuvres artistiques révolutionnaires tout comme elle l'est pour faire naître des innovations majeures indissociables de la réussite d'une activité.

En France, BMW soutient la photographie contemporaine depuis 15 ans en étant partenaire de Paris Photo et des Rencontres d'Arles où est exposé chaque année le lauréat de la Résidence BMW qui permet à un artiste émergent de mener à bien un projet d'expérimentation.

Plus d'informations :

<http://www.bmw.fr/fr/topics/univers-bmw/nos-engagements/bmw-art-culture/la-photographie/introduction.html> et www.bmwgroup.com/culture

@BMWGroupCulture - #BMWGroupCulture
@bmwfrance @bmwfrance #bmwartetculture,

Pour la Fondation Leonardo DiCaprio

Miranda Robertson
AAB Productions
mrobertson@aabproductions.com

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières près de 1000 personnes, outre son réseau exclusif de distribution avec plus de 5.000 salariés en France.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons, Valéo, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain,... Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé les marques BMW i et iPerformance et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8, ainsi qu'une gamme de modèles hybrides rechargeables

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que l'école des Gobelins et les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), et, la Fédération Française de Rugby (FFR) avec le XV de France.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2016, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 367 millions d'automobiles et plus de 145 000 motos. En 2016, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,67 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 94,16 milliards d'euros. Au 31 décembre 2016, les effectifs de BMW Group étaient de 124 729 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.