

LEXUS RÉVÈLE LES VAINQUEURS DU CONCOURS «UX ART CAR» DU CHANTILLY ARTS & ELEGANCE RICHARD MILLE



- Gyorin Kozane (Armour of Scales) du duo d'artistes espagnols Antoñito et Manolín remporte le premier prix du «Lexus UX Art Car» au Chantilly Arts & Elegance Richard Mille 2019
- Lexus a célébré son 30^{ème} anniversaire lors de la fête d'une renommée internationale consacrée au luxe automobile, artistique et lifestyle en présentant son nouveau concept LC Cabriolet et, en première européenne, la version restylée du SUV RX
- Participation du concept LC Cabriolet en compagnie d'un mannequin habillée d'une création exclusive de la maison de haute couture Rochas

Le duo d'artistes espagnols Antoñito et Manolín a remporté le premier prix du concours Lexus UX Art Car avec une œuvre riche en couleurs et en détails évoquant le chatoiement des écailles de poisson. La victoire de leur œuvre Gyorin Kozane (Armour of Scales) a été annoncée lors du Chantilly Arts & Elegance Richard Mille où Lexus célébrait le 30^{ème} anniversaire de la création de la marque.

L'étonnante création a suscité l'enthousiasme des milliers de visiteurs de cet événement qui compte parmi les principales manifestations européennes consacrées au luxe automobile, artistique et lifestyle et qui se déroule sur le domaine historique du château de Chantilly, près de Paris.

Les invités pouvaient voter pour leur projet favori en choisissant parmi les quatre finalistes proposant chacun une vision différente de l'UX, le nouveau crossover compact de Lexus.

Les résultats du vote du public ont été annoncés par le présentateur de télévision français Denis Brogniart. La deuxième place est allée au collectif d'artistes français Leitmotiv qui a créé son œuvre en direct à Chantilly. Les lauréats du premier prix, Antoñito et Manolín, seront les invités de Lexus en 2020 lors de la Milan Design Week, l'une des plus grandes manifestations mondiales consacrées au design à laquelle Lexus participe activement depuis 2005.

Antoñito et Manolín – Trini Salamanca et Pablo Parraga – ont habillé l'UX d'un maillage rouge et bleu organique évocateur de la peau d'un poisson – un motif récurrent dans l'art et la culture au Japon. La livrée colorée est une structure tridimensionnelle réalisée avec une résine époxy bio, superposée comme une toile sur la carrosserie de la voiture. Le mariage de caractéristiques contrastées s'inscrit dans l'esprit du concept d'*engawa* que les designers de l'UX ont mis en œuvre pour créer un lien harmonieux entre l'intérieur et l'extérieur du véhicule.

Pascal Ruch, directeur de Lexus Europe, a déclaré : « Nous sommes ravis que l'UX ait autant inspiré ces artistes talentueux et leur ait donné la possibilité de livrer leur interprétation de la voiture et de Lexus avec tellement d'originalité dans leurs créations. L'audace du design est l'un des fondements de Lexus et ce concours donne un nouvel exemple de notre engagement au-delà de l'univers automobile comme une marque de luxe qui soutient les talents émergents à la créativité dynamique. »

L'Arts & Elegance Richard Mille a accueilli le svelte concept du LC Cabriolet, une étude de style d'une version découvrable inédite du coupé LC. Son allure élégante était soulignée par le mannequin qui l'accompagnait, habillée d'un modèle créé par la célèbre maison de haute couture parisienne Rochas, réputée pour ses collections synonymes de « jeunesse, d'élégance et de simplicité ». Inspirée par les années 1960, la création de couleur rose pâle de la collection printemps-été 2019 de Rochas évoque le style des héroïnes des films d'Alfred Hitchcock.

À Chantilly, Lexus a également présenté pour la première fois en Europe la nouvelle édition restylé du SUV de luxe RX qui sera commercialisé sur les marchés européens dans le courant de l'année.