



Comunicato stampa
7 dicembre 2022

BMW Italia, in collaborazione con BMW Group Classic, inaugura la mostra "The Italians' touch" nella House of BMW di via Verri 10 a Milano

Il percorso espositivo, che rimarrà aperto al pubblico fino al 2 gennaio 2023, è un omaggio ai tanti talenti italiani che hanno collaborato e collaborano ancora oggi al successo del BMW Group nel mondo.

Milano. È stata inaugurata oggi nella House of BMW di via Verri 10 a Milano, la mostra "The Italians' touch" ideata da BMW Italia in collaborazione con BMW Group Classic.

Il percorso espositivo rappresenta un omaggio agli italiani che hanno contribuito, e contribuiscono ancora oggi, alla storia dell'azienda e un momento di ispirazione per le sfide future. La mostra resterà aperta al pubblico dal 7 dicembre 2022 al prossimo 2 gennaio 2023.

"Perché una mostra? Perché se la House of BMW è il luogo dove l'hi-tech incontra l'hi-touch – ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - abbiamo pensato insieme al collega Andreas Braun, curatore del BMW Museum di Monaco, che fosse un'opportunità straordinaria raccontare l'Italian touch, anzi "The Italians' touch" che ha caratterizzato, e caratterizza ancora oggi, una parte importante della storia della BMW a livello globale. Questa mostra è una storia nella storia. Ma anche una storia di passione, di innovazione, di talento e di persone. Sono queste alcune delle parole chiave alla base del successo del BMW Group, un'azienda globale, presente in 140 paesi nel mondo e con una storia di oltre 100 anni, e del suo legame con l'Italia".

"L'obiettivo di questa iniziativa – ha concluso Di Silvestre - va oltre l'apprezzamento delle eccellenze italiane che hanno fatto la differenza ciascuno nella sua specialità, e vuole rappresentare un messaggio di stimolo per le persone di BMW Italia, partendo dal sottoscritto, a continuare a fare la differenza soprattutto in questa

fase di profonda trasformazione del mercato, della tecnologia e del modello di business".

L'idea della mostra

Un filo. Che lega la storia e il destino di BMW all'Italia, ai suoi luoghi, ai campioni, ai maestri dello stile e del design. Persone, storie, intuizioni che hanno contribuito a creare quello che siamo diventati. Perché da questo incontro, come spesso accade, non sono nate soltanto delle auto, sono nate icone, bellezza, tecnologia, stile. Storie che questa mostra, nata da un'idea del team di BMW Italia in collaborazione con Andreas Braun, curatore del BMW Museum, per la prima volta vuole raccontare.

Un viaggio che vuole essere un omaggio agli italiani che hanno avuto e hanno ancora oggi un ruolo importante nella storia della Marca.

Ci sono i maestri del design e dello stile che hanno segnato tappe fondamentali della storia di BMW, da Giugiaro a Michelotti, da Bertone a Gandini, da Frua a Touring e Rivolta. Ma anche un riconoscimento ai piloti e ai campioni che hanno reso leggendarie certe competizioni: Roberto Ravaglia, Pierluigi Martini e Riccardo Patrese. E un pensiero speciale va al brand ambassador globale del BMW Group Alex Zanardi.

Sono molti i talenti italiani che hanno fatto la differenza nella comunicazione dei valori del Brand, contribuendo a renderlo un leader del segmento premium, dai creativi Gianpietro Vigorelli e Federico Brugia, all'artista Sandro Chia, a Renzo Vitale, Creative Sound Director del BMW Group che compone i suoni e le colonne sonore delle auto elettriche fino a chi promuove e realizza iniziative e progetti di responsabilità sociale dell'azienda, come Milena Pighi. La storia, il presente e il futuro. Una tappa del viaggio con i giovani talenti di BMW Italia che accompagnano il processo virtuoso di trasformazione ed evoluzione del business.

Un legame che curiosamente, ma non casualmente, è anche nelle date. BMW AG nasce nel 1916 ed esattamente 50 anni dopo inizia la sua storia anche nel nostro Paese. Nel 1966 infatti avvia l'attività il primo importatore, ma già a partire dagli anni Cinquanta straordinari designer italiani collaborano con la Casa, firmando progetti di automobili iconiche che resteranno per sempre nella storia della Marca. Il pensiero va alla BMW M1 di Giugiaro che ha avviato la storia del Brand M, cioè delle BMW più sportive o alla versione Touring,

dall'omonima Carrozzeria Touring Superleggera, che interpreta da sempre la proposta lifestyle di Station wagon della Casa di Monaco.

Ma non può essere dimenticato il ruolo fondamentale di Michelotti che è stato il designer guida della rinascita di BMW negli anni Cinquanta con la BMW 700 e al quale si deve lo stesso concetto di "Neue Klasse" che aprì la strada del successo della marca con la BMW 1500. Un concetto "futuristico" che recentemente il BMW Group ha ripreso per parlare della rivoluzione costruttiva che dal 2025 vedrà nascere tutte le BMW elettriche per poi diventare anche diesel o benzina a seconda della richiesta dei mercati e dei clienti. Vanno anche ricordati capolavori come la BMW 3200 CS di Bertone, la BMW Isetta, la BMW 2800 GTS di Frua e la Art Car di Sandro Chia. Ma l'elenco è lunghissimo e qui non è possibile ripercorrere tutte le tappe.

Tuttavia, il rapporto con il nostro Paese non si limita a questo. Il brand BMW è sinonimo di sportività, piacere di guidare e amore per le corse. E italiani sono molti dei piloti e gentleman driver che hanno firmato successi sportivi nelle varie categorie turismo fino alla Formula 1. Anche in questo caso non è possibile citare tutti i successi. Basti ricordare il mondiale vinto da Roberto Ravaglia nel 1987, il trionfo nella 24 Ore di Le Mans nel 1999 con Pierluigi Martini, le performance della Brabham BMW in F1 su cui correva Riccardo Patrese e le indimenticabili vittorie di Alessandro Zanardi nei campionati GT al rientro alle corse dopo l'incidente in Formula Indy nel 2001.

Anche i luoghi e la cultura hanno un significato simbolico molto forte in questa storia. Il pensiero va ad esempio a Villa d'Este sul lago di Como, dove si svolge il Concorso di Eleganza di auto storiche di cui BMW Group è partner da oltre 20 anni oppure al Teatro alla Scala di Milano che proprio quest'anno celebra 20 anni di legame con BMW Italia.

Ma il percorso di questa mostra racconta anche il talento e la dedizione di artisti, ingegneri, comunicatori, fornitori e retailer. È motivo di orgoglio citare la Filiale diretta BMW Roma come azienda che da 19 anni è leader di volumi e quote di mercato, ma anche di

parametri qualitativi e processi retail innovativi. I nuovi Brand Store BMW e MINI di via Barberini rappresentano la visione di BMW Italia del retailer del futuro.

Vuole essere un omaggio alla fantasia, creatività, determinazione, passione, alle qualità italiane che hanno aiutato, e continuano ad aiutare BMW ad essere un'azienda globale costantemente proiettata al futuro.

La House of BMW di via Verri 10 a Milano

Lo stesso luogo che ospita la mostra nasce da un'intuizione tutta italiana. La House of BMW di via Verri 10, infatti, non è soltanto la casa del brand a Milano, ma anche un luogo straordinario, quasi magico, che ha ospitato esperienze e storie memorabili. Un progetto interamente "made in Italy", che è diventato un punto di riferimento del BMW Group a livello globale.

La sua genesi nasce dalla metafora dell'hi-tech che dialoga con l'hi-touch. L'idea di un nuovo umanesimo per accompagnare meglio lo sviluppo delle nuove tecnologie. Il team di BMW Italia ha creato un luogo dove non si volevano vendere automobili, ma incontrare clienti, appassionati, partner, media. Il focus era ed è l'esperienza e la relazione con le persone. A distanza di un anno (la House of BMW è stata aperta il 7 dicembre 2021) quell'intuizione si è rivelata un successo con oltre 160 attività svolte e oltre 11 mila persone che l'anno visitata.

La House of BMW è stata trasformata in una galleria d'arte durante la design week di Milano e nella casa della celebrazione dei successi di AC Milan e Olimpia Milano attraverso il racconto dei due allenatori campioni d'Italia a luglio. Più recentemente è diventata un luogo per riflettere su argomenti affascinanti e quasi filosofici, il tempo e l'essenza. Ma è stata anche protagonista della vendemmia di via Montenapoleone, oltre che sede privilegiata del lancio di nuovi prodotti a due e quattro ruote.



Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>