

"Belle Macchine. Diseño Automotriz Italiano en BMW". Nueva exposición en el Museo BMW a partir de junio de 2025 – Dolce Vita se encuentra con la ingeniería alemana.

- El 7 de junio, la exposición "Belle Macchine. Diseño Automotriz Italiano en BMW" abrirá sus puertas en el Museo BMW. Italia, conocida por su estética atemporal, ha establecido estándares en el diseño de moda, interiores y productos desde siempre. Los diseñadores italianos también han influido de manera duradera en el mundo del automóvil.

Múnich. El 7 de junio, la exposición "Belle Macchine. Diseño Automotriz Italiano en BMW" abrirá sus puertas en el Museo BMW. Italia, conocida por su estética atemporal, ha establecido estándares en el diseño de moda, interiores y productos desde siempre. Los diseñadores italianos también han influido de manera duradera en el mundo del automóvil. La muestra se dedica a la influencia del diseño italiano en BMW y ofrece una emocionante retrospectiva sobre el desarrollo del diseño de carrocerías en las últimas décadas.

Desde la década de 1930, BMW se ha dejado inspirar por la cultura de la carrocería italiana. La colaboración con renombrados diseñadores como Giorgetto Giugiaro, Giovanni Michelotti o Marcello Gandini ha dado lugar a numerosos iconos que han marcado de manera duradera a la marca. "A través de la influencia italiana, BMW une en el diseño automotriz clase y elegancia con formas modernas y funcionalidad. La conexión del diseño italiano con la ingeniería alemana ha impulsado decisivamente el ascenso de BMW como fabricante premium", afirman Anna Schleyphen y Klaus-Anton Altenbuchner, los comisarios de la exposición. La exposición ilustra este desarrollo con numerosos dibujos de diseño del archivo de diseño de BMW, exhibiciones y 23 vehículos históricos, ofreciendo una fascinante visión de la historia del diseño de BMW.

Un recorrido por la exposición.

"Belle Macchine. Diseño Automotriz Italiano en BMW" se extiende a través de cinco plataformas y rampas en el icónico "tazón" del Museo BMW. La exposición comienza con una introducción general al mundo del diseño italiano, ilustrada con exhibiciones de moda y diseño de productos. La influencia de renombrados estudios de diseño en la creación de carrocerías de BMW ocupa una gran parte de la exposición. Así, el vehículo conceptual BMW Garmisch, diseñado por Marcello Gandini, representa un arquetipo del estilo italiano y ha contribuido significativamente a la forma de las primeras series BMW 3 y 5 en la década de 1970. Numerosos vehículos de serie exhibidos, como el popular BMW 1800 TI/SA, demuestran que muchos modelos se han beneficiado con éxito de la influencia estilística de los diseñadores italianos. También se destaca la adquisición del fabricante de automóviles GLAS por parte de BMW con tres vehículos, entre ellos el BMW 3000 V8, cariñosamente llamado "Glaserati".

A lo largo del recorrido, se presentan piezas únicas de diseño como el BMW Pininfarina Gran Lusso Coupé, el BMW 2800 GTS Frua o el BMW Nazca M12, diseñado por Fabrizio Giugiaro. Estos modelos fueron encargados por la empresa como fuente de inspiración creativa o presentados por los diseñadores italianos para hacerse notar en busca de encargos de BMW.

A lo largo de las rampas entre las plataformas, el público es llevado a un viaje visual que, entre otras cosas, hace una parada en el legendario Concorso d'Eleganza Villa d'Este en el Lago de Como, el concurso de belleza más antiguo para automóviles históricos. Los dibujos de diseño presentados allí destacan la huella artística de los diseñadores italianos. El clímax y cierre de la exposición son un modelo del BMW Vision Neue Klasse, como sucesor actual de la histórica "Neue Klasse" influenciada por Italia, así como estudios de vehículos especiales como el BMW M1 Hommage. Con esto, BMW rinde homenaje a los logros de los diseñadores italianos de la época e interpreta su propia historia de diseño como fuente de inspiración para la actual búsqueda de formas.

Como un punto culminante visual, el área de la exposición está rodeada por una proyección de 360 grados que se proyecta en las paredes del "tazón" del museo y que tematiza las obras del pintor italiano Giorgio de Chirico, quien pasó parte de su tiempo de estudios en Múnich.

\*\*\*

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder mundial de automóviles y motocicletas, ofreciendo también servicios financieros y de movilidad Premium. La red de producción de BMW Group comprende más de 30 sitios de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, BMW Group vendió más de 2.45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de impuestos en el ejercicio 2024 fue de 11 mil millones de euros sobre unos ingresos de 142.4 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2024, BMW Group tenía una plantilla de 159,9104 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en un pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa de BMW Group y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción, hasta el final de su vida útil.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>.

[Acerca de BMW Group Latinoamérica](#)

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno de cada tres vehículos vendidos en la región. En 2024, la marca ha comercializado

42,886 unidades. MINI ha vendido 6,383 unidades en el mismo periodo. BMW Motorrad ha comercializado 27,742 motocicletas en la región estableciendo un récord de ventas. BMW es la marca Premium más vendida en Brasil, México y Mercados Importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. El enfoque de Apertura de Tecnologías de BMW Group es ideal para una transición gradual a la electromovilidad, ofreciendo a los clientes entre trenes de fuerza eléctricos a batería, híbridos conectables o de combustión. Más del 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado alrededor de 80 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 5,000 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas: una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles, donde comenzó la producción del BMW X5 PHEV en 2024. La otra planta en Manaus - Amazonas, es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la manufactura del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la Planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional, Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

[joao.veloso@bmw.com.mx](mailto:joao.veloso@bmw.com.mx)

Juan Bernardo Vázquez Mellado

[bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx](mailto:bernardo.vazquezmelladobmw.com.mx)

Julián Argüelles

[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)

Erika Ferrer

[erika.ferrer@bmw.com.mx](mailto:erika.ferrer@bmw.com.mx)

Comunicación Corporativa - BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

[elizabeth.arreguin@bmw.com.mx](mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx)

Miroslava Rivas

[miroslava.rivas@bmw.com.mx](mailto:miroslava.rivas@bmw.com.mx)

Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

[gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar](mailto:gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar)

Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil

Fabiano Severo

[fabiano.severo@bmw.com.br](mailto:fabiano.severo@bmw.com.br)

Paula Cichini

[paula.cichini@bmw.com.br](mailto:paula.cichini@bmw.com.br)

Agencia de relaciones públicas regional - INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

[BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx](mailto:BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx)

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

[plantabmwslp@inkpr.com.mx](mailto:plantabmwslp@inkpr.com.mx)

BMW Group Brasil - Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

[grupobmw@jeffreigroup.com](mailto:grupobmw@jeffreigroup.com)

BMW Group PressClub

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)

[www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es](http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es)



[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)

[www.press.bmwgroup.com/brazil/](http://www.press.bmwgroup.com/brazil/)