



Comunicato stampa
4 giugno 2020

BMW Italia rinnova l'impegno come main partner de La Milaneseana 2020. La prima BMW Art Car di Alexander Calder in mostra al BMW Milano Urban Store di via De Amicis.

La XXI edizione del festival avrà come tema "I colori" e si svolgerà dal 29 giugno al 6 agosto prossimi. La vettura che ha inaugurato la collezione delle BMW Art Car, la BMW 3.0 CSL realizzata dall'artista statunitense Alexander Calder nel 1975, sarà in mostra nell'Urban Store di BMW Milano dal 22 al 28 luglio. Il 25, 26 e 27 luglio il BMW Milano Urban Store di via De Amicis ospiterà tre incontri sui temi "I colori dell'economia" e "I colori della città".

BMW Italia conferma anche per il 2020 la partnership con la Milaneseana, avviata nel 2016 in occasione del centenario dell'azienda e dei 50 anni di presenza della Casa in Italia. Il **BMW Milano Urban Store di via De Amicis 20-22** ospiterà, come nelle passate edizioni, tre momenti significativi dell'evento e sarà il luogo privilegiato di una delle mostre in programma.

Ieri Elisabetta Sgarbi ha presentato in una conferenza stampa digitale la XXI edizione de La Milaneseana, festival da lei ideato e diretto dedicato a letteratura, musica, cinema, scienza, arte, filosofia, teatro, diritto, economia. Il tema scelto per il 2020 è "I colori" e il ricco programma di eventi prevede un calendario che va dal 29 giugno al 6 agosto.

Come già successo in occasione delle edizioni precedenti de La Milaneseana, BMW porta in Italia un esemplare della Collezione di **Art Car** del brand, nata 45 anni fa dalla geniale intuizione del pilota francese Hervé Poulain. Nel 1975 iniziò a prendere forma il suo sogno di gareggiare nella 24 ore di Le Mans su un'auto decorata da un artista. BMW Motorsport GmbH, fondata tre anni prima, riconobbe il potenziale di questa idea apparentemente folle e fece dipingere una **BMW 3.0 CSL** dallo scultore americano **Alexander Calder**. Pochi mesi dopo, Poulain si presentò al via a Le Mans con potente coupé leggero e multicolore, il primo esempio di performance art della BMW. Da



allora, le Art Car BMW sono state protagoniste in pista e in mostre di grande successo come combinazioni spettacolari di velocità e bellezza. Attualmente 19 vetture realizzate dai più importanti artisti contemporanei fanno parte della Collezione di Art Car BMW.

L'apertura della mostra BMW Art Car Alexander Calder è prevista per sabato 25 luglio alle ore 17.30 con l'intervento di Massimiliano Di Silvestre (Presidente e AD BMW Italia), Roberto Olivi (Direttore Comunicazione e Relazioni Istituzionali BMW Italia) ed Elisabetta Sgarbi.

Altri tre appuntamenti de La Milanese, firmati BMW, avranno luogo presso il BMW Urban Store di via De Amicis 20-22 a Milano:

Sabato 25 luglio ore 18.00: I colori dell'economia

Dialogo con Nicola Porro e Pierangelo Buttafuoco. Coordina Giangiacomo Schiavi.

Domenica 26 luglio ore 18.00: I colori della città /1 – Giallo mistero

Lecture di Cecilia Scerbanenco, Maurizio De Giovanni, Massimo Tedeschi, Costanza Rizzacasa d'Orsogna. Introduce Armando Besio. Intervento musicale Giovanni Truppi.

Lunedì 27 luglio ore 18.00: I colori della città /2 – Rosso Garofano

Lecture di Stefania Craxi, Claudio Martelli, Marcello Sorgi, Andrea Spiri. Introduce Elisabetta Sgarbi. Intervento musicale Giovanni Truppi.

BMW Italia e la Cultura

La promozione di attività culturali – insieme a dialogo interculturale, inclusione sociale, sicurezza stradale e sostenibilità – è uno dei pilastri di SpecialMente, il programma integrato di responsabilità sociale d'impresa di BMW Group Italia, filiale nazionale dell'azienda leader nel settore automotive e presente in 140 Paesi in tutto il mondo, che ha saputo trasformare il proprio impegno nella sostenibilità in creazione di valore a lungo termine per tutti gli stakeholder. I dettagli sulle attività di CSR di BMW Italia si trovano sul sito www.specialmente.bmw.it.

BMW è attiva nella promozione di attività culturali tra le più rilevanti del nostro Paese, coerentemente con quanto avviene a livello internazionale, dove il



BMW Group in 50 anni ha partecipato a oltre 100 iniziative di riferimento per la cultura internazionale in tutto il mondo. Le collaborazioni con il Teatro alla Scala, La Milanese e La Triennale a Milano, il Teatro dell'Opera e il MAXXI a Roma testimoniano i valori e l'impegno dell'azienda nel tessuto del Paese.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager
Tel. +39 0251610088
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 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 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/bmwgroup/>