



Comunicato stampa  
29 novembre 2021

## **BMW Italia chiude le celebrazioni dei 50 anni di attività culturali del BMW Group con la Prima del Teatro alla Scala del 7 dicembre**

**La filiale italiana della Casa di Monaco al fianco del Teatro alla Scala di Milano in occasione dell'apertura della stagione con il Macbeth diretto dal Maestro Riccardo Chailly**

**San Donato Milanese.** BMW Italia chiude simbolicamente l'anno di celebrazioni dei 50 anni di attività culturali del BMW Group nel mondo con la tradizionale serata del 7 dicembre del Teatro alla Scala di Milano. Quest'anno ad inaugurare la nuova stagione sarà Macbeth, diretto dal Maestro Riccardo Chailly con la regia di Davide Livermore.

Nel 1971, esattamente 50 anni fa, iniziava l'impegno culturale del BMW Group, commissionando tre dipinti a Gerhard Richter. Da allora più di un centinaio di iniziative culturali a lungo termine del BMW Group nel campo dell'arte moderna e contemporanea, della musica classica, del jazz e del suono, così come nell'architettura e nel design, sono state consolidate nel corso dei decenni.

BMW Italia ricopre da sempre un ruolo di primo piano nel panorama culturale del BMW Group con partnership prestigiose ed iniziative di altissimo profilo. La filiale italiana della Casa di Monaco è partner del Teatro alla Scala dal 2002 in qualità di «Fornitore Ufficiale» e dal 2005 nella veste di «Partner Ufficiale della Serata Inaugurale». Dal 2016, in occasione del centenario del BMW Group e dei 50 anni di presenza nel nostro Paese, la filiale italiana è diventata «Fondatore Sostenitore» del Teatro alla Scala di Milano.

Tante le iniziative realizzate congiuntamente nel corso degli anni, ad esempio per il lancio di nuovi prodotti, come le ultime tre generazioni della BMW Serie 7 e nel 2013 della BMW i3, la prima vettura elettrica del BMW Group.

A partire dalla prima edizione del 2014 la filiale italiana del BMW Group ha supportato il progetto «Grandi Opere per Piccoli», che ha formato nuove generazioni di pubblico per l'opera e i concerti e ha già portato nella sala del Piermarini centinaia di migliaia di giovanissimi ascoltatori, che hanno potuto



apprezzare i grandi titoli del repertorio operistico ridotti e adattati a strutture drammaturgiche a misura di bambino.

“Il rapporto con il Teatro alla Scala – ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia – rappresenta per noi un fiore all’occhiello all’interno del panorama di attività culturali che la nostra azienda da sempre supporta e alimenta. Ci unisce al Teatro la passione per la cultura, l’orgoglio per le straordinarie qualità del nostro Paese che rappresenta un’eccellenza mondiale in termini di arte, conoscenza, tradizione e creatività. Ma ci unisce anche la ricerca e la voglia di innovare senza mai rinnegare le proprie radici, proiettando i nostri valori nel futuro. Infatti, entrambi abbiamo saputo essere protagonisti del passato, ma lo siamo anche nel presente e vogliamo esserlo nel futuro, interpretando in anticipo i cambiamenti, come nel caso della sostenibilità che rappresenta un aspetto imprescindibile della nostra strategia e del nostro modo di proporci al pubblico”.

### **Un approccio olistico alla cultura all’interno del progetto BMW SpecialMente**

La promozione di attività culturali – insieme al dialogo interculturale, inclusione sociale, sicurezza stradale e sostenibilità – è uno dei pilastri di BMW Italia attraverso **SpecialMente**, il programma integrato di responsabilità sociale d’impresa di BMW Group Italia, che ha saputo trasformare il proprio impegno nella sostenibilità in creazione di valore a lungo termine per tutti gli stakeholder.

Nel corso degli oltre 50 anni di presenza sul mercato italiano, BMW Italia è stata al fianco di moltissime istituzioni come il Teatro alla Scala, il FAI, la Triennale di Milano, il MAXXI di Roma, il Teatro dell’Opera, la Fondazione Prada, la Quadriennale d’arte, il MIA Fair, il Festival Internazionale del cinema di Roma e molto altro ancora.

Anche in uno scenario macroeconomico difficile a causa della pandemia che ha colpito il mondo a partire da inizio 2020, la filiale italiana ha confermato il suo impegno e i progetti avviati.

“L’impegno culturale – ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia – è una parte fondamentale del nostro



programma di responsabilità sociale d'impresa e riteniamo che sia un dovere per un'azienda leader come la nostra, restituire parte del successo che il mercato ci riconosce alla società in cui operiamo”.

“In questo senso – ha proseguito **Di Silvestre** – anche nel corso del 2020 e del 2021, siamo rimasti vicini alle realtà che da tempo sosteniamo come il Teatro alla Scala di Milano, il Teatro dell'opera di Roma, la Fondazione Prada, la Milanese, ARTEPARCO e abbiamo attivato nuove iniziative come UNO DI UN MILIONE dove arte e sostenibilità dialogano per dare un contributo importante ai temi di attualità. Abbiamo inoltre reso omaggio a un'icona del nostro patrimonio culturale come Gillo Dorfles che per anni ci ha accompagnato nel nostro percorso su design e ricerca con MINI”.

“La corporate citizenship e il dialogo interculturale – ha poi concluso Di Silvestre - sono elementi costitutivi della nostra strategia e del nostro modo di operare sul mercato e nella società. La libertà creativa incondizionata e le cooperazioni sostenibili e a lungo termine sono essenziali per dar vita ad una vera partnership nel campo culturale. L'esperienza condivisa, il contatto umano e la conoscenza permettono un'interazione che va al di là della mera sponsorizzazione e rappresentano il valore aggiunto che noi cerchiamo di apportare in tutte le partnership che attiviamo nel nostro Paese”.

I dettagli sulle attività di CSR di BMW Italia sono consultabili sul sito [www.specialmente.bmw.it](http://www.specialmente.bmw.it)

### **BMW Roma partner del Teatro dell'Opera dal 2015**

BMW Roma, filiale di vendita diretta di BMW Italia, sostiene il Teatro dell'Opera dal 2015 attraverso una partnership sia culturale (come donatore) che attraverso attività dedicate che vengono sviluppate e realizzate nel corso dell'anno e che hanno visto nel tempo l'esposizione di BMW Art Car (come la BMW 635 CSi del 1982 di Ernst Fuchs) oppure iniziative straordinarie come il debutto di una BMW i3 sul palcoscenico.

La sera del 6 luglio 2015, infatti, una BMW i3 ha debuttato sul palco delle Terme di Caracalla nella Madama Butterfly di Giacomo Puccini, spettacolo che aprì la stagione d'opera estiva. La regia era firmata da Àlex Ollé de “La Fura dels Bauls”. La BMW i3 entrò nel corso del secondo atto e portò in scena il console americano Sharpless che si recava a far visita a Butterfly.



L'ambientazione moderna data dal regista Ollè - molto apprezzata dal pubblico e dalla critica - consentì questa presenza luminosa e silenziosa di un'auto dei nostri giorni ad emissioni zero.

### **BMW Italia partner de “La Milaneseiana” dal 2016**

BMW Italia ha confermato anche per il 2021 la partnership con la Milaneseiana, 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 ha ospitato, come nelle passate edizioni, quattro momenti significativi dell'evento ed è stato il luogo privilegiato di una delle mostre in programma.

Come già successo in occasione delle edizioni precedenti de La Milaneseiana, BMW ha portato in Italia un esemplare della Collezione di BMW Art Car del brand, nata nel 1975 dalla geniale intuizione del pilota francese Hervé Poulain. Dopo aver presentato al pubblico milanese i capolavori di Jenny Holzer, Andy Warhol e Alexander Calder nelle edizioni precedenti, quest'anno è stato il turno della Art Car dell'artista sudafricana Esther Mahlangu che ha celebrato i suoi 30 anni dalla realizzazione.

La collezione BMW Art Car, infatti, incluse nel 1991 un nuovo continente: l'Africa. Esther Mahlangu, prima donna a creare una BMW Art Car, trasferì sulla BMW 525i tutta la forza della locale arte 'Ndebele', unendo la tradizione tribale all'alta tecnologia moderna, realizzando un'opera d'arte dinamica e indimenticabile.

### **BMW Italia partner di “ARTEPARCO” dal 2018**

ARTEPARCO è un progetto nato nel 2018 con la volontà di portare l'arte contemporanea all'interno del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, uno dei luoghi naturalistici più antichi e suggestivi d'Italia. BMW Italia è presente come Main Partner dell'iniziativa dalla prima edizione, che gode del Patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare per l'impegno rivolto alla valorizzazione del territorio dimostrato negli anni. Le Foreste Vetuste del Parco sono infatti riconosciute Patrimonio UNESCO nel 2017 per il loro eccezionale valore naturalistico e per l'incredibile biodiversità che le contraddistingue.



Il progetto nasce dalla collaborazione tra Ente Parco, il Comune di Pescasseroli e PARCO1923 – marchio di profumi ispirato alle piante e ai fiori del Parco – ed è realizzato grazie al supporto di BMW Italia, che è main partner e mette a disposizione del Parco le BMW Active Hybrid E-Bike, offrendo la possibilità di scoprire in modo inedito le bellezze naturalistiche di uno dei luoghi più incontaminati del Paese.

Dopo il successo delle prime tre opere, “Animale – Vegetale” (Il Cuore) dell’artista-designer Marcantonio, “Specchi angelici” dell’artista Matteo Fato e “Un tempo è stato” di Alessandro Pavone, l’opera protagonista del 2021 è stata “Radicorno” di Sissi.

### **BMW Italia partner di “UNO DI UN MILIONE” - 2021**

Arte e sostenibilità un binomio straordinario. Oggi il tema dell’uso responsabile delle risorse e del rispetto della natura sono diventati ancora più centrali e strategici nella percezione di tutti gli stakeholder. Il progetto “UNO DI UN MILIONE” di cui BMW Italia è stata partner, è nato proprio dalla volontà di mettere insieme tematiche differenti, ma assolutamente connesse.

La natura e il rispetto che le si porta, il piacere di essere parte di una comunità unita da una sola sinfonia della quale, ciascuno, detiene il proprio univoco suono, le bellezze dei luoghi, il gusto dei cibi, le qualità salutari delle acque hanno una meta in più: Peio 3000 dove, avvicinandosi o entrando in una scultura monumentale studiata come un magico auditorium dal quale si domina un paesaggio sconfinato, si può ascoltare interamente la sinfonia di cui ciascuno ha svelato la propria nota.

Gli artisti del Collettivo OP e i giovani musicisti dell’Accademia Teatro alla Scala, insieme agli studenti delle scuole di musica e dei centri di aggregazione della Val di Sole hanno composto un brano sinfonico ispirato dalle esperienze vissute tra le fonti e i percorsi d’acqua della valle.

Il linguaggio dell’arte (la scultura e la musica) parla al territorio (la Val di Sole in Trentino) per creare dei percorsi fisici (i sentieri di montagna) e artistici (le voci della natura) interpretati da attori straordinari. Un’opera d’arte posta a tremila metri di altezza per ospitare un concerto dell’orchestra e coro di voci bianche dell’Accademia del Teatro alla Scala di Milano.



BMW Italia è stata il brand partner dello scenario epicentro di tutto il progetto, così come di tutte le piattaforme ufficiali di comunicazione, dello storytelling, delle immagini e dei video ufficiali di Uno Di Un Milione.

### **BMW Italia partner di “Ghiribizzi”, la mostra dedicata ai disegni di Gillo Dorfles presso la Fondazione Cini di Venezia – 2021**

La Fondazione Giorgio Cini, sull'Isola di San Giorgio Maggiore a Venezia, ospiterà fino al 31 gennaio 2022 “Ghiribizzi”, la mostra interamente dedicata ai disegni di Gillo Dorfles, a cura di Aldo Colonetti e Luigi Sansone, realizzata in collaborazione con Associazione Culturale Gillo Dorfles e in partnership con BMW Italia. L'inedito progetto espositivo rappresenta un ritorno simbolico di Dorfles alla Fondazione Cini, da lui spesso visitata in veste di critico, ed è composta da 22 opere di cui 21 disegni inediti e il dipinto Vitriol, acronimo della frase latina *Visita interiora terrae rectificando invenies occultum lapidem* (Visita l'interno della terra e rettificando troverai la pietra nascosta).

BMW Italia è partner della mostra di disegni di Gillo Dorfles per rendere omaggio a un grande maestro che ha accompagnato la filiale italiana della Casa di Monaco per oltre un decennio, aiutandola ad essere sempre un passo avanti. Gillo Dorfles ha infatti rappresentato per BMW Italia una guida, una vera e propria icona capace di guidare e ispirare l'azienda. BMW Italia ha lavorato insieme a Dorfles ideando progetti e percorsi per il brand MINI che hanno anticipato di molto tematiche di grande rilevanza attuale come la personalizzazione degli oggetti, il futuro della città, l'utilizzo responsabile delle risorse. Dorfles amava immaginare il futuro, amava la libertà ed era sempre capace di avere una visione concreta e innovativa.

### **Il BMW Group ha celebrato 50 anni di impegno culturale globale nel 2021**

Dal Guggenheim Museum alla Tate Modern, dal Centre Pompidou alla Neue Nationalgalerie. Dall'Opera Staatsoper Unter den Linden e La Scala di Milano al Teatro Bolshoi di Mosca. Da Art Basel a Frieze e alla Biennale di KochiMuziris. La “corporate citizenship” e il dialogo interculturale sono il fulcro di un'impresa commerciale di successo come il BMW Group. La libertà creativa incondizionata e le cooperazioni sostenibili e a lungo termine sono



essenziali per dar vita ad una vera partnership nel campo culturale. L'esperienza condivisa, il contatto e la conoscenza permettono un'interazione che va al di là della mera transazione monetaria che definisce una sponsorizzazione.

Ilka Horstmeier, membro del Consiglio di Amministrazione di BMW AG, Director of Human Resources and Labour Relations: "In tempi di rapidi cambiamenti, la responsabilità e l'affidabilità sono valori estremamente importanti. Così come la cultura. Da mezzo secolo a questa parte, abbiamo consolidato il nostro impegno culturale in tutto il mondo in veste di partner a lungo termine. Al BMW Group, crediamo che le nostre cooperazioni artistiche siano parte integrante della nostra sostenibilità sociale - nel passato, nel presente e nel futuro. È con grande gioia che il BMW Group guarda ai 50 anni trascorsi, ricchi di incomparabili partnership basate sulla stima reciproca che ci collegano alle istituzioni culturali e agli artisti più rinomati del mondo".

Per ulteriori informazioni:

**Marco Di Gregorio**

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: [marco.di-gregorio@bmw.it](mailto:marco.di-gregorio@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 dipendenti.

**BMW  
GROUP**

## Corporate Communications



**ROLLS-ROYCE**  
MOTOR CARS LTD

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 1.000 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](http://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/>