



Comunicato stampa
10 dicembre 2021

House of BMW, un nuovo spazio nel cuore di Milano fatto di esperienza e innovazione

Apre a Milano House of BMW, uno spazio in via Verri 10, dedicato a tutti gli appassionati del brand, di automobili e di mobilità premium

Milano. BMW Italia ha aperto per la prima volta le porte di “House of BMW” il 7 dicembre, giorno più importante dell’anno per la città di Milano. Situato nel cuore del Quadrilatero della Moda - in via Verri, angolo via Montenapoleone - “House of BMW” è uno spazio di innovazione e incontro, pensato per valorizzare tutte le anime del brand: dalla tecnologia al valore umano, dal design all’esperienza, con una grande attenzione per sostenibilità e circolarità, elettrificazione e digitale. “From high tech to high touch”: tecnologia e fattore umano si fondono in un’esperienza unica dove gli strumenti digitali sono integrati nel dialogo tra persone e brand.

Il Presidente e CEO di BMW Italia, **Massimiliano Di Silvestre** ha dichiarato: “La nostra tecnologia, il nostro design, i nostri valori, la bellezza, l’innovazione e il digitale nonché l’approccio sostenibile e circolare incontrano la relazione umana di alto livello in un luogo raffinato, caldo, accogliente e di lusso. È uno spazio innovativo, dove Hi-Tech e Hi-Touch trovano la loro combinazione ideale. Questo è il nostro modo per preparare la strada per la mobilità urbana premium del futuro, di condividere la nostra gamma di veicoli elettrici, partendo dalla Nuova BMW i4”.

House of BMW è un luogo di lusso, ma allo stesso tempo ospitale e rilassante, dove è possibile testare a 360° l’esperienza BMW. Un unico locale espositivo al piano terra accoglie i visitatori - che al momento possono ammirare la Nuova BMW i4 e il prototipo CE 04 dal 16 dicembre – e prosegue con una scala con



art wall dedicato al manifesto della sostenibilità di BMW, alle singole storie e ai volti che lo rappresentano. Il primo piano, cuore pulsante dello spazio, è composto da una meeting room attrezzata per video conferenze e da una spaziosa lounge con cucina, dove è possibile vivere esperienze sensoriali anche grazie alle fragranze dedicate a BMW dal brand romano Campomarzio70. Un luogo di relax e ascolto dove degustare un caffè, leggere un libro e ascoltare musica.

House of BMW si estende per un totale di 250 m² ed è dotata di 19 dispositivi video. Una parete del piano zero e alcuni complementi d'arredo, come pouf e divani situati nella lounge al primo piano, sono stati rivestiti con materiale Alcantara® nelle colorazioni grigio, sabbia e blue, donando all'ambiente un aspetto elegante e sofisticato. Alcune suggestioni nel design di House of BMW derivano dalle tre installazioni Ace, Comet e Dash realizzate per BMW dalla designer milanese Patricia Urquiola in occasione della IAA di Monaco. Legate profondamente alla strategia di design circolare del BMW Group, le tre installazioni esplorano le mutevoli possibilità di design, forma, materiale e colore. La logica di circolarità non si limita al design di prodotto, ma si estende a tutto l'ecosistema BMW, spazi compresi, come sottolineano le parole di Adrian van Hooydonk, Senior Vice President del BMW Group Design: "Il design circolare consiste nel creare di più con meno: meno risorse, più emozioni".

L'ottica con cui House of BMW è stato progettato è quella di uno spazio in continua evoluzione e cambiamento, che ospiterà prototipi e vetture celebrative, trasformandosi a livello visivo, audio e olfattivo a seconda delle suggestioni e dei valori dell'esposizione.



Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin

BMW Product Communications

Telefono: +39 0251610308

E-mail: alessandro.toffanin@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 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.

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

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/>