



Comunicato stampa  
31 gennaio 2022

## **Il Cenacolo di Leonardo raccontato da Massimiliano Finazzer Flory, un progetto esclusivo per BMW Italia**

**Grazie alla collaborazione tra BMW Italia e Massimiliano Finazzer Flory, i membri del BMW Excellence Club potranno vivere in prima persona un'esperienza unica, con delle esclusive visite guidate grazie alle aperture straordinarie su concessione dal Museo del Cenacolo Vinciano, per scoprire il capolavoro più suggestivo di Leonardo.**

**Milano.** La filiale italiana della Casa di Monaco prosegue la sua collaborazione con Massimiliano Finazzer Flory, il drammaturgo, attore e regista già protagonista di una delle "Storie di Sostenibilità", il progetto di storytelling di BMW Italia che racconta, attraverso un percorso narrativo a puntate, l'approccio olistico del Gruppo passando per le eccellenze italiane che fanno della sostenibilità l'aspetto fondamentale del proprio modello di business.

È proprio Leonardo da Vinci che Finazzer Flory omaggia nel monologo della puntata che lo vede protagonista: "Il Rinascimento ha avuto un faro della cultura; è Leonardo. Il movimento è causa di ogni vita, dunque lui è il primo eco-designer della storia. Ogni nostra convinzione comincia da sentimenti e quelli di Leonardo erano destinati all'ambiente [...] Non c'è arte senza tecnica, non c'è tecnica senza scienza, non c'è scienza senza progetto, non c'è progetto senza disegno, non c'è disegno senza natura, non c'è natura senza bellezza. Che cos'è la sostenibilità? Una storia, una grande storia, la storia di una coppia: della natura e della cultura. Senza cultura e natura non abbiamo sostenibilità".

(La puntata è visibile sul sito di [BMW Italia](#) e sul [Canale YouTube](#) di BMW Italia)

Ed è ancora una volta Leonardo, e uno dei suoi più grandi capolavori "Il Cenacolo", il fulcro della nuova iniziativa che BMW Italia ha scelto di dedicare ai propri clienti BMW Excellence Club: una suggestiva visita serale all'interno del Museo del Cenacolo Vinciano, guidata da Massimiliano Finazzer Flory alla scoperta di uno dei capolavori più affascinanti del maestro da Vinci. Un programma che nasce dal desiderio di valorizzare la relazione con il cliente, svincolandola da un approccio prettamente commerciale e regalando una veste esperienziale.

"Il BMW Group è da sempre impegnato ad offrire esperienze uniche ai propri clienti, che vadano oltre le convenzioni classiche" dichiara **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia, "Attraverso questo programma, concepito per i nostri clienti Excellence Club, non è solo l'amore per l'arte e la cultura che vogliamo trasmettere ma anche l'importanza del legame tra brand e cliente, un rapporto dinamico che necessita di essere alimentato in maniera non convenzionale. Poter ammirare da vicino un capolavoro di fama mondiale come, in questo caso, il Cenacolo Vinciano, scoprendone i dettagli e i segreti, in un'atmosfera sospesa nel tempo come quella serale, rappresenta un'occasione irripetibile e un'esperienza sensoriale unica e indimenticabile. Per il BMW Group, le cooperazioni artistiche di questo tipo sono parte integrante della propria strategia e rappresentano un tratto di continuità tra passato, presente e futuro. Ringraziamo in particolar modo Massimiliano Finazzer Flory per accompagnarci in questo viaggio alla scoperta di Leonardo da Vinci."

## **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 vada 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".

### **BMW Group 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 bavarese, che ha saputo trasformare il proprio impegno nella sostenibilità in creazione di valore a lungo termine per tutti gli stakeholder.

Il BMW Group supporta alcune tra le attività culturali più rilevanti del Paese, coerentemente con quanto avviene a livello internazionale. Le collaborazioni con il Teatro alla Scala di Milano, La Milanese, Fondazione Prada, il Teatro dell'Opera di Roma, il progetto ARTEPARCO, l'attività a supporto del cinema del brand MINI, testimoniano i valori e l'impegno dell'azienda nel tessuto del Paese.



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 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 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 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](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/>