



Comunicato stampa
27 novembre 2024

BMW Italia si prepara a celebrare nel 2025 i 20 anni di partnership con la Prima della Scala. Un traguardo di eccellenza e passione per la cultura.

BMW Italia si appresta a celebrare nel 2025 un'importante pietra miliare: i 20 anni di partnership con la Prima della Scala, uno degli eventi più importanti della stagione teatrale internazionale. Lo ha annunciato Massimiliano Di Silvestre, presidente e amministratore delegato di BMW Italia in occasione della conferenza stampa di presentazione de "La forza del destino", opera inaugurale del Teatro alla Scala nel 2024, diretta da Riccardo Chailly, il prossimo 7 Dicembre.

Questo connubio tra eccellenza artistica e culturale mondiale testimonia la perfetta sintonia tra BMW Italia e il mondo dei valori del Teatro alla Scala, uno dei palcoscenici più amati e rispettati del panorama lirico internazionale e patrimonio culturale mondiale.

Leadership, passione, attenzione ai dettagli, innovazione, sostenibilità, e soprattutto inclusione e cultura: sono questi i principi che da sempre guidano BMW Italia e che trovano una naturale espressione nella collaborazione con una delle più prestigiose istituzioni culturali al mondo, quella del Teatro alla Scala, per la quale la centralità della dimensione umana è un valore imprescindibile.

"Ogni anno in questa sede – ha dichiarato Di Silvestre - ho l'opportunità e il privilegio di raccontare l'impegno di BMW nel mondo della cultura che dura da oltre 50 anni e il legame unico tra BMW Italia e il Teatro alla Scala di Milano. In un mondo dove tecnologia e digitalizzazione viaggiano a velocità esponenziale, crediamo che sia importante recuperare la centralità dell'uomo, la creazione di una comunità fondata sui valori, l'incontro tra persone. Perché pensiamo che le persone, oggi più che mai, facciano la differenza. E la differenza l'ha fatta in modo straordinario Dominique Meyer guidando questo teatro negli ultimi 4 anni. Con lui e la sua squadra abbiamo fatto crescere e portato ad un nuovo livello la partnership con La Scala".

Il Teatro alla Scala, simbolo di Milano nel mondo, con la sua storia, il suo pubblico internazionale e la sua continua ricerca dell'eccellenza, continuerà a essere una delle realtà più dinamiche del panorama culturale mondiale. La partnership con BMW, che celebra questo importante anniversario, è una testimonianza di come la cultura e l'arte possano essere motori di sviluppo e innovazione in grado di connettere il passato e il futuro.

In occasione dei 20 anni di collaborazione, BMW annuncerà una serie di iniziative speciali che celebreranno questo anniversario e rafforzeranno il legame tra il Brand e uno dei teatri più prestigiosi al mondo. L'impegno di BMW nella cultura e nelle arti proseguirà con la stessa passione e visione di innovazione che caratterizzano da sempre ogni suo prodotto, dal design automobilistico alle esperienze immersive offerte al pubblico.

BMW Italia e il Teatro alla Scala insieme dal 2002

Nel corso di questi due decenni, BMW ha affiancato il Teatro alla Scala in numerosi progetti, sostenendo la crescita e l'evoluzione di un'istituzione che rappresenta un punto di riferimento per la cultura e l'arte in Italia e nel mondo. Il contributo di BMW ha permesso di promuovere e valorizzare eventi di rilevanza internazionale, dal sostegno alle stagioni liriche e sinfoniche alla realizzazione di progetti speciali che hanno accompagnato il Teatro alla Scala a dialogare con le nuove tecnologie e le sfide della contemporaneità.

La partnership iniziata nel 2002, in occasione del lancio della BMW Serie 7, si è poi sviluppata a partire dal 2005 attraverso il legame con la "prima" del 7 dicembre e dal 2016 è stata suggellata dalla decisione di BMW Italia di diventare Socio Fondatore Sostenitore.

Nel corso degli anni il teatro e la filiale italiana della Casa di Monaco hanno realizzato insieme progetti per la diffusione della cultura come "Grandi spettacoli per piccoli" e "La Scala in città" che hanno ottenuto uno straordinario consenso di pubblico e critica.

Da ricordare anche il progetto di comunicazione Iconic Sounds Electric, realizzato nel 2023 e pianificato su tutte le emittenti televisive nazionali, grazie alla collaborazione tra gli allievi dell'Orchestra dell'Accademia Teatro alla Scala, diretti da Pietro Mianiti, e la partitura di uno dei BMW Iconic Sounds Electric.

I BMW Iconic Sounds Electric, sono i suoni creati dal BMW Group per dare voce alle vetture a emissioni zero della gamma, sviluppati ripensando completamente la percezione acustica di un veicolo elettrico e nati da una collaborazione tra Renzo Vitale, Creative Director Sound di BMW Group e il



compositore di colonne sonore cinematografiche Hans Zimmer, vincitore di Grammy e dell'Academy Award.

7 dicembre 2021 – 7 dicembre 2024. La House of BMW, casa del Brand nata anche come omaggio al Teatro alla Scala

La House of BMW, spazio di condivisione e dialogo nel cuore di Milano, è stato inaugurato il 7 dicembre 2021, come omaggio simbolico alla Prima della Scala e alla città.

Questo spazio si è posto da subito come un luogo d'incontro e community valoriale riflettendo la volontà dell'azienda di mettere l'uomo al centro in un'epoca dominata da tecnologia e digitalizzazione.

E a distanza di tre anni dalla sua apertura, House of BMW e il ricchissimo programma di attività e incontri che l'hanno animata, ha fortemente supportato una visione comune, di BMW Group Italia e del Teatro alla Scala, quella di creare una comunità fondata sui valori e sull'incontro tra le persone, con la cultura come valore centrale.

Il 7 dicembre di quest'anno verrà chiuso il secondo capitolo di questa storia, che ha portato oltre 300 mila persone a visitare lo spazio di Via Monte Napoleone, ma BMW Italia è già pronta a far evolvere il concetto, reinterpretandolo in modo innovativo. Da aprile del 2025 in occasione della Design Week verrà svelato il nuovo progetto.

Per ulteriori informazioni:

Francesca Capurro

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 3486918003

E-mail: francesca.capurro@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 comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.



Nel 2023, il BMW Group ha venduto oltre 2,55 milioni di automobili e più di 209.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2023 è stato di 17,1 miliardi di euro con un fatturato di 155,5 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2023, il BMW Group contava un organico di 154.950 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile, dalla catena di approvvigionamento alla produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 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/>