



Comunicato stampa  
22 ottobre 2025

## **"More than kids meets More than a car"**

La BMW iX3, prima automobile della generazione Neue Klasse, incontra l'arte di Valerio Berruti, attraverso un dialogo con Renzo Vitale, Creative Director of Sound Design del BMW Group.

**San Donato Milanese.** Il mondo di domani, la sostenibilità, l'arte, la musica, la visione del futuro, le nuove generazioni. Sono questi alcuni dei temi di confronto che hanno ispirato l'idea del dialogo tra Valerio Berruti, uno degli artisti più significativi e intensi del panorama contemporaneo, e Renzo Vitale, Creative Director of Sound Design del BMW Group.

L'incontro *More than kids meets More than a car* è avvenuto a Palazzo Reale, all'interno del percorso espositivo della mostra *More than kids*, la più grande mostra personale mai realizzata da Berruti, e fa parte del percorso di preparazione all'arrivo sul mercato della nuova BMW iX3 (primavera 2026), la prima automobile della generazione Neue Klasse che ripensa completamente il concetto della mobilità sostenibile.

Con sculture monumentali, installazioni, video e una vera e propria giostra sulla quale salire, Valerio Berruti conduce i visitatori, attraverso la meraviglia delle sue opere, in un percorso che partendo dall'infanzia – il momento in cui tutto può ancora succedere – tocca temi universali che generano spazi di riflessione profonda, capaci di parlare a grandi e piccoli. I suoi "bambini" non raccontano una storia soltanto personale, ma diventano simboli collettivi che mostrano l'infanzia come luogo di appartenenza, dove tutti siamo stati, ma anche di futuro possibile e ancora da scrivere.

Altro tema caro all'artista è il cambiamento climatico, protagonista nei suoi ultimi lavori e rappresentato in mostra da *Nel silenzio*, che vede tre bambine riposare sulla terra arsa dal sole; o *Don't let me be wrong*, scultura monumentale nella quale assistere alla proiezione dell'omonimo cortometraggio realizzato con circa ottocento disegni in sequenza e accompagnato da una colonna sonora originale firmata da Daddy G (fondatore della band di culto Massive Attack) insieme al suo storico produttore Stew Jackson.



"In questo periodo storico l'arte, a mio avviso, deve ricordarci ciò che tendiamo a dimenticare: che la Terra è la nostra sola casa. Nei miei ultimi lavori affronto il cambiamento climatico come un racconto collettivo che parte dall'infanzia per parlare del futuro. Perché solo chi sa meravigliarsi può ancora credere che sia possibile cambiare rotta", dichiara Valerio Berruti.

Analogamente, BMW è da sempre attenta ai temi della sostenibilità e della gestione delle risorse in un'ottica olistica e integrata e sta scrivendo il futuro della mobilità attraverso un completo cambio di paradigma, con grande attenzione alla ricerca del dialogo con le giovani generazioni.

L'azienda, infatti, già dal 1973 aveva un ufficio di protezione ambientale nella sede di Monaco e a partire dal 2005 pubblicava un rapporto di sostenibilità in occasione della presentazione del bilancio dell'azienda. Da cinque anni a questa parte, il rapporto è integrato direttamente nel bilancio di esercizio. Per questo motivo il BMW Group è seriamente impegnato da molto tempo a ridurre l'impatto ambientale in tutta la catena del valore.

Altro tema che unisce le due prospettive è quello dell'arte. Il BMW Group vanta un impegno in questo settore di oltre cinquant'anni. La musica e i suoni che da sempre fanno parte del percorso di Valerio Berruti, inoltre, hanno sin da subito identificato anche l'approccio del BMW Group alla mobilità elettrica, attraverso una ricerca dedicata e soluzioni innovative e inattese.

In questo senso, sulla nuova BMW iX3 un elemento chiave del BMW Panoramic iDrive (il nuovo sistema di proiezione delle informazioni di guida e infotainment sul parabrezza) è il nuovo soundscape HypersonX. Sviluppato dal BMW Group Sound Design Studio, questo sistema comprende 43 segnali sonori e suoni di guida speciali. Lo spettro sonoro multidimensionale adatta con estrema precisione i suoni alla situazione di guida, creando così un'interazione emotiva unica tra il guidatore e l'automobile.

In questa ottica, l'aspetto umano ha avuto un ruolo fondamentale nello sviluppo del soundscape per la Neue Klasse. Le frequenze medie e basse dello spettro sonoro BMW HypersonX sono state accentuate per creare un ambiente acustico ben bilanciato che grazie a un sapiente utilizzo dell'illuminazione di bordo possa generare una sensazione complessiva di benessere. Un coro composto dai dipendenti del BMW Group Design Studio dà voce – nelle rispettive lingue madre – alle differenti situazioni di guida, conferendo al suono di benvenuto una sfumatura particolarmente empatica. Elementi accuratamente isolati di queste registrazioni



arricchiscono la composizione complessiva del suono di benvenuto, regalando al guidatore momenti di gioia e calore umano.

"Lo spettro sonoro unico di HypersonX è fondamentale per conferire a ciascun modello della Neue Klasse un carattere acustico distintivo. Grazie al nostro impegno nella precisione, nel calore e nella leggerezza, siamo in grado di creare una connessione emotiva diretta tra il guidatore e il veicolo", sottolinea Renzo Vitale, Creative Director of Sound Design del BMW Group. Sia in modalità "Personal" che in modalità "Sport", i suoni di guida si concentrano sull'essenziale e sono ispirati a tonalità naturali e a strutture provenienti dai mondi dell'arte e della scienza. HypersonX presenta un numero inferiore di note di base rispetto all'esperienza sonora precedente. Ma allo stesso tempo, lo spettro acustico si è ampliato includendo una nuova dimensione. Questo conferisce al suono maggiore "colore", profondità e precisione, incarnando più che mai il piacere di guida tipico di BMW.

## **Valerio Berruti – More than kids**

La mostra promossa dal Comune di Milano-Cultura è prodotta e organizzata da Palazzo Reale e Arthemisia, in collaborazione con Piuma e con il sostegno della Fondazione Ferrero che ha organizzato ad Alba un'esposizione con opere inedite e site-specific dell'artista, insieme ad alcuni lavori preparatori in anticipazione della mostra milanese.

Il progetto espositivo, curato da Nicolas Ballario, è un viaggio all'interno della poetica dell'artista attraverso opere cardine della sua produzione – come la grande scultura-carosello con la musica appositamente realizzata da Ludovico Einaudi *La giostra di Nina* – e opere del tutto inedite che vengono presentate per la prima volta a Milano come *Don't let me be wrong*, la grande scultura allestita nel cortile di Palazzo Reale musicata da Daddy G dei Massive Attack, ma anche due nuove video-animazioni *Lilith*, con la colonna sonora di Rodrigo D'Erasmus, e *Cercare silenzio* con il suono di Samuel Romano - storica voce dei Subsonica - che si uniscono alle precedenti animazioni musicate, tra gli altri, da Paolo Conte e Ryuichi Sakamoto.

Valerio Berruti ha sviluppato negli anni un linguaggio riconoscibile e profondamente autentico. Attraverso l'antica tecnica dell'affresco, le sculture monumentali, i disegni, i video e le installazioni, l'artista dà vita a un universo popolato da figure infantili sospese nel tempo.

## **BMW Group e l'impegno culturale**



Con oltre 100 progetti sviluppati a livello globale, il BMW Group è impegnato da più di 50 anni nel supportare iniziative culturali: in particolare, sono state intraprese attività nel campo dell'arte moderna e contemporanea, della musica, dell'architettura e del design. Il BMW Group sostiene alcuni tra i più rilevanti musei, fiere d'arte e palcoscenici in tutto il mondo. 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 Kochi-Muziris. 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'impegno culturale di BMW Group è stato inaugurato con la creazione nel 1972 di tre opere di grandi dimensioni dell'artista tedesco Gerhard Richter, destinate al foyer della nuova sede centrale di BMW a Monaco di Baviera. Da allora, l'impegno è proseguito con iniziative come la realizzazione delle BMW Art Car da parte di celebri artisti come Alexander Calder, Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Jenny Holzer, Jeff Koons, Cao Fei e John Baldessari. Nella primavera di quest'anno il BMW Group ha presentato la ventesima BMW Art Car, realizzata dall'artista newyorkese di fama internazionale Julie Mehretu. Mehretu è stata scelta all'unanimità da una giuria internazionale di direttori e curatori di musei e ha avuto totale libertà creativa per progettare il ventesimo capitolo della leggendaria collezione di "sculture su ruote" di BMW. La BMW M Hybrid V8 Art Car di Mehretu ha partecipato alla 24 Ore di Le Mans nel giugno 2024 portando a termine la gara.

L'approccio all'espressione creativa del BMW Group viene confermato a livello nazionale con la promozione di importanti progetti artistico-culturali nel nostro Paese. Il coinvolgimento di BMW Italia in collaborazioni con realtà come il Teatro alla Scala di Milano e il Teatro dell'Opera di Roma, il progetto ARTEPARCO, attestano l'importanza che ha per l'azienda la promozione di attività culturali all'interno di una più ampia strategia di responsabilità sociale d'impresa.

### **Valerio Berruti**

Nato ad Alba nel 1977, nel 2009 partecipa alla 53<sup>a</sup> Biennale di Venezia dove ha presentato un video, con la musica di Paolo Conte, composto da 600 disegni affrescati. Nel 2011 il suo video *Kizuna*, esposto al Pola Museum di Tokyo con la colonna sonora appositamente scritta da

## Corporate Communications

Ryuichi Sakamoto, è diventato un progetto benefico per la ricostruzione del Giappone dopo la devastazione dal terremoto. L'anno successivo ha vinto il premio internazionale *Luci d'artista* di Torino e ha realizzato un'opera permanente di land art alla Nirox Foundation di Johannesburg. Nel 2018 inizia a lavorare al cortometraggio animato, coprodotto da Sky Arte, *La giostra di Nina*, con la colonna sonora di Ludovico Einaudi. La grande giostra viene esposta nell'autunno del 2018 nella Chiesa di San Domenico di Alba e successivamente al MAXXI - Museo nazionale delle arti del XXI secolo - e alla Reggia di Venaria. Nel 2022 è stata inaugurata la sua opera monumentale *Alba*, una scultura in acciaio inox bronzato alta oltre 12 metri donata dalla famiglia Ferrero alla Città di Alba, posizionata nella centrale piazza Michele Ferrero, dedicata all'imprenditore albese. A maggio 2024 ha inaugurato *Circulating sketch*, una personale in Cina nel prestigioso Teagan Space di Youyi Bay, nel distretto di Pechino.

### **Renzo Vitale**

Nato a Sora nel 1979, è entrato nel Centro Ricerca e Innovazione di BMW Group a Monaco come Specialista di Ingegneria NVH (Noise, Vibration and Harshness) nel 2015. Dal 2019 collabora con il compositore premio Oscar Hans Zimmer per la progettazione del suono per l'elettromobilità di BMW Group. Attualmente ricopre la posizione di Creative Director of Sound Design per BMW Group (dal 2017), responsabile per i marchi BMW, MINI e Rolls Royce e ha ideato un nuovo approccio chiamato "Sound Genetics" per la creazione dei suoni dei veicoli elettrici.

Renzo Vitale ha conseguito un Ph.D. in Ingegneria Acustica (RWTH University, Germania), due Master (uno in Ingegneria Elettronica e uno in Pianoforte). È pianista, compositore, ingegnere acustico e artista. È stato ricercatore presso l'Institute of Technical Acoustics ad Aachen (Germania), il Pratt Institute a New York City e il KTH a Stoccolma. Ha pubblicato articoli su argomenti come acustica architettonica, psicoacustica e sound design per veicoli elettrificati.

# BMW GROUP

## Corporate Communications



ROLLS-ROYCE  
MOTOR CARS LTD

Per ulteriori informazioni:

### **Francesca Capurro**

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 3486918003

E-mail: [francesca.capurro@bmw.it](mailto:francesca.capurro@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 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 2024, il BMW Group ha venduto oltre 2,45 milioni di automobili e più di 210.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2024 è stato di 11,0 miliardi di euro con un fatturato di 142,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2024, il BMW Group contava un organico di 159.104 dipendenti.

Il successo economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

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](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/>