



Comunicato stampa  
26 novembre 2025

**BMW Italia alla Prima della Scala 2025: vent'anni di partnership che raccontano il dialogo tra cultura e innovazione**

L'apertura della stagione, affidata a *Una Lady Macbeth del distretto di Mcensk* di Dmitri Šostakovič, diretta da Riccardo Chailly.

**San Donato Milanese.** In concomitanza con l'apertura della stagione 2025, il prossimo 7 dicembre, BMW Italia celebra vent'anni di collaborazione con uno dei palcoscenici più prestigiosi al mondo: il Teatro alla Scala di Milano, un contesto di eccellenza che permette di raccontare valori condivisi che guidano sia il teatro che la Casa automobilistica di Monaco.

L'opera che inaugurerà la stagione 2025 del Teatro alla Scala di Milano propone un dialogo tra profondità emotiva e contemporaneità: una musica che tocca l'animo dello spettatore, accompagnata da una drammaturgia incisiva. *Una Lady Macbeth del distretto di Mcensk*, capolavoro di Dmitri Šostakovič, diretta dal maestro Riccardo Chailly, esplora la tensione tra desiderio, potere e le sue inevitabili conseguenze. L'opera, al centro della stagione, si distingue per la sua carica emotiva e per l'interpretazione musicale che valorizza la partitura in chiave contemporanea.

Ed è proprio in questa cornice che BMW Italia rinnova il proprio impegno: sostenere progetti che valorizzano la cultura italiana nel mondo, promuovere partecipazione attiva e accessibile, e guidare pratiche aziendali responsabili e sostenibili, senza mai sottrarre spazio all'eccellenza artistica, ma integrandola con la sostenibilità ambientale e sociale.

"Questa nostra partnership", ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia**, "è cresciuta e si rinnova nella tradizione e l'innovazione. Da una parte, l'eredità artistica senza pari del Teatro; dall'altra, l'impegno di BMW nel guidare la trasformazione della mobilità premium. E in occasione della Prima del prossimo 7 dicembre, come BMW Italia partiremo con una speciale campagna di comunicazione su Milano della prima auto della nuova generazione Neue Klasse, che significa un cambio di paradigma in termini



di design, esperienza a bordo, digitalizzazione, tecnologia ed elettrificazione: la Nuova BMW iX3". "Siamo orgogliosi", ha concluso Di Silvestre, "di essere al fianco della Scala, un simbolo dell'identità italiana, e di contribuire a rendere possibile il dialogo tra arte e innovazione per continuare ad emozionare il pubblico di tutto il mondo".

La relazione tra BMW Italia e La Scala, avviata nel 2002, si fonda sull'idea di porre l'uomo al centro, intrecciando linguaggi artistici e strumenti tecnologici per valorizzare l'esperienza culturale. Dal 2016, BMW Italia è socio fondatore sostenitore del teatro.

Nel corso degli anni la partnership ha sostenuto stagioni liriche e sinfoniche, progetti speciali e iniziative di dialogo tra pubblico, musica e innovazione. La Scala emerge come piattaforma globale per raccontare valori quali leadership, passione e cura del dettaglio, elementi che si intrecciano con la strategia di sostenibilità e con le attività di branding e responsabilità sociale di BMW in Italia.

Il ventennale della partnership con la Prima del 7 dicembre diventa quindi una piattaforma per riflettere su come industria, cultura e comunità possano crescere insieme. BMW Italia continuerà a sostenere progetti che valorizzano la cultura italiana nel mondo, promuovendo una partecipazione accessibile e significativa e rafforzando l'impegno verso pratiche aziendali responsabili e sostenibili.

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/>