



Comunicato stampa  
26 novembre 2025

**BMW Italia alla Prima della Scala 2025: vent'anni di partnership che raccontano cultura, innovazione e identità italiana**

BMW Italia celebra nel 2025 un'importante pietra miliare: vent'anni di partnership con la Prima della Scala, emblema dell'eccellenza teatrale italiana nel mondo. L'apertura della stagione, affidata a *Una Lady Macbeth del distretto di Mcensk* di Dmitri Šostakovič, incornicerà questa ricorrenza.

**San Donato Milanese.** In concomitanza con l'apertura della stagione 2025, BMW Italia celebra vent'anni di collaborazione con uno dei palcoscenici più prestigiosi al mondo, contesto di eccellenza che permette di raccontare valori condivisi: leadership, passione e attenzione ai dettagli, elementi che guidano sia il teatro che l'innovazione tecnologica della casa automobilistica. La Scala, maestra di storia e di linguaggi scenici, incontra lo spirito della mobilità premium responsabile, offrendo al pubblico internazionale un racconto in cui arte e tecnologia si intrecciano per creare esperienze memorabili e inclusive.

L'opera che inaugurerà la stagione 2025 della Scala 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, esplora la tensione tra desiderio, potere e conseguenze, raccontando la storia di una giovane sposa che, con la complicità dell'amante, cova un piano tragico che culmina in tragedia, in una cornice musicale di intensità drammatica e profondità psicologica. 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.

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. 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. Con la Prima della Scala 2025 l'attenzione si sposta su nuove modalità di coinvolgimento: educazione musicale, co-creazione tra pubblico e artisti e contenuti multimediali che accompagnano le performance live, offrendo esperienze immersive che ampliano l'orizzonte della cultura senza sacrificare la profondità artistica. Questo approccio

## Corporate Communications

riflette la convinzione che l'eccellenza culturale possa convivere con una mobilità premium orientata alla sostenibilità e all'inclusione, facendo del palcoscenico milanese un laboratorio dove le persone sono al centro di un ecosistema che porta valore a livello nazionale e internazionale.

Questo anniversario 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.

### **Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia ha dichiarato:**

“Questa nostra partnership è cresciuta e si rinnova nella tradizione all'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 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.”

Guardando al futuro, la partnership con La Scala proseguirà nel dare forma a nuove vie di dialogo tra pubblico, arte e tecnologia, puntando su esperienze sempre più immersive, accessibili e inclusive, per consolidare un modello di collaborazione tra industria, istituzioni e pubblico che possa ispirare altre realtà e dimostrare che tradizione e innovazione possono camminare fianco a fianco, generando valore per il Paese e per i pubblici italiani e internazionali attraverso la musica e le arti come leve di sviluppo sostenibile.

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.

**BMW  
GROUP**



ROLLS-ROYCE  
MOTOR CARS LTD

## Corporate Communications

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/>