



Milano, 02/09/2025

## **Audi sceglie Milano per inaugurare il design del futuro**

- **Audi Concept C: il rinascimento Audi attraverso l'essenzialità delle linee e la purezza stilistica**
- **L'inedita concept introduce la nuova filosofia di design Audi e anticipa gli stilemi dei modelli di domani**
- **Dal prototipo ai processi. Gernot Döllner, CEO di AUDI AG: "L'essenzialità è un principio che si rifletterà tanto nella definizione dei modelli quanto nella struttura organizzativa. Il modo in cui disegniamo le nostre vetture è il modo in cui plasmeremo la nostra Azienda"**
- **Massimo Frascella, Chief Creative Officer: "Vogliamo dare forma a un Brand capace d'ispirare il desiderio e generare un impatto culturale"**
- **Presenti alla serata rappresentanti del Board di AUDI AG e di Volkswagen Group**
- **Tra gli ospiti della première mondiale Anna Foglietta, Nathan Mitchell, Gilda Bojardi, Dorothea Wierer, Gabriele Chiave, Matteo Lunelli e Michele De Lucchi**

**Con l'unveiling a Milano dello studio di design Audi Concept C, la Casa dei quattro anelli presenta un'anteprima dello stile dei modelli del futuro. Il Brand compie un passo decisivo: in un mondo sempre più complesso, Audi non scende a compromessi e guarda all'essenzialità. La nuova filosofia di design è parte del riallineamento del Brand e rappresenta un nuovo inizio per l'Azienda nel proprio complesso. Prodotti, processi e strutture sono votati all'essenziale, gettando le basi per l'innovazione e la leadership tecnologica.**

Caratterizzato dal motto "Strive for clarity", l'unveiling a Milano di Audi Concept C costituisce un ulteriore capitolo della trasformazione Audi. Con un design orientato comenon mai all'essenzialità, la Casa dei quattro anelli compie un netto passo verso uno stile senza tempo e votato alla purezza delle linee, in grado di differenziare ancor più marcatamente il Brand nel mercato.

Un nuovo inizio che, non a caso, viene celebrato in una città sinonimo di design e tecnologia, capace di ospitare straordinarie personalità. Ancora oggi, poche idee continuano a ispirare quanto quelle espresse dal Rinascimento. "Il pensiero visionario e la volontà di andare oltre ciò che è noto sono alla base della vision Audi", afferma Gernot Döllner, CEO di AUDI AG.

Ecco perché la capitale italiana del design, che dal 2014 vede il Brand co-creatore del FuoriSalone e presente con Audi House of Progress, l'hub creativo dei quattro anelli, è il luogo perfetto per dare inizio a una nuova era.

Già in passato Milano è stata teatro di debutti e anteprime esclusive, come nel caso di nuova Audi A6 Avant, confermando il proprio ruolo fondamentale nella strategia del Brand. Qui, l'ideale che Audi persegue diventa tangibile.

Oltre al Board di AUDI AG – in particolare il CEO Gernot Dollner, Marco Schubert, Board Member Sales & Marketing, e Geoffrey Bouquot, Board Member Technical Development – e di Volkswagen Group, con il CEO Oliver Blume, hanno accolto l'invito alla serata targata Audi numerosi stakeholders della scena milanese: designer, architetti, artisti, imprenditori e sportivi professionisti nonché giornalisti nazionali e internazionali.

Tra le presenze gli attori Anna Foglietta e Nathan Mitchell, i designer Michele De Lucchi, Gabriele Chiave e Antonio Citterio e il Direttore di Interni Gilda Bojardi. Hanno inoltre preso parte alla première

\*I consumi e le emissioni di CO<sub>2</sub> di tutti i modelli citati sono disponibili alla fine del Comunicato Stampa

mondiale Stefano Canali (CEO Canali Group), Tommaso Sacchi (Assessore alla Cultura Comune di Milano), Alessia Cappello (Assessore allo Sviluppo Economico Comune di Milano), Alberto Marengi (AD Cartiera Mantovana), Patrizia Sandretto Re Rebaudengo (Presidente e fondatrice dell'omonima fondazione), Claudia Parzani (Presidente Borsa Italiana), Matteo Lunelli (Presidente Cantine Ferrari), Stefano Collicelli Cagol (Direttore Museo Pecci di Prato), Mattia Stanga (influencer) e La Nina (cantante).

### **Nuova filosofia di design basata sull'essenzialità**

Il nuovo approccio del Brand è reso evidente da un linguaggio di design che incarna in modo inconfondibile l'identità dei quattro anelli. Audi è sinonimo di design distintivo, qualità senza compromessi e raffinatezza.

“La radicale semplicità è al centro della nostra vision. Facciamo chiarezza riducendo tutto all'essenziale”, afferma Massimo Frascella, Chief Creative Officer. Questo vale non solo per gli esterni delle vetture, ma anche per gli interni.

Le più recenti innovazioni tecnologiche e i materiali più evoluti vengono applicati proprio là dove offrono nuove opportunità ai Clienti. Soluzioni votate al minimalismo in grado di ottenere il massimo impatto.

Per Frascella, questo approccio riguarda ciò che rende un'auto desiderabile al di là dell'esperienza razionale. Le emozioni giocano un ruolo determinante nella nuova filosofia di design. “Vogliamo dare forma al Brand rendendolo capace d'ispirare il desiderio e generare un impatto culturale”.

### **Audi Concept C anticipa il design dei futuri modelli del Brand**

Audi Concept C, presentata nei suggestivi spazi del Portrait Milano, complesso risalente al XVI secolo e aperto per la prima volta al pubblico da Audi nel 2017, verrà esposta in occasione dell'IAA di Monaco di Baviera ed è la prima manifestazione della nuova filosofia di design Audi. La show car anticipa lo stile dei futuri modelli del Brand e introduce una nuova esperienza in abitacolo dando concretezza a principi universali del design quali la riduzione all'essenziale – senza linee o elementi superflui – e la purezza delle geometrie. Fortemente caratterizzata dalla struttura frontale dal marcato impatto verticale, Audi Concept C trae ispirazione dall'iconica racing car Auto Union Type C.

La riduzione all'essenziale si riflette anche negli interni, esempio di tecnologia intelligente, che liberano gli utenti dalle distrazioni e forniscono le informazioni corrette al momento giusto.

“La nostra storia è caratterizzata da audaci balzi in termini d'innovazione e avanguardia tecnologica abbinati a una vocazione senza compromessi per la purezza del design”, sottolinea Gernot Döllner, CEO di AUDI AG. “I nostri modelli più iconici sono la perfetta concretizzazione di questa combinazione”

Il sistema di trazione integrale quattro ha rivoluzionato il mondo automotive. Nel motorsport, il Brand ha trionfato grazie a motori evoluti, materiali innovativi e soluzioni aerodinamiche avanzate: una ricetta per il successo che ha influenzato lo sviluppo delle vetture ben oltre la pista.

### **La nuova filosofia di design si estende a ogni aspetto dell'Azienda**

Il ritorno a ciò che è profondamente Audi e la riduzione all'essenziale giocano un ruolo centrale non solo nell'ambito del design: “Il modo in cui progettiamo i nostri veicoli è il modo in cui daremo forma alla nostra Azienda”, afferma Gernot Döllner.

La nuova filosofia di design diviene un principio aziendale che si rifletterà nella definizione del portfolio di modelli e nella struttura organizzativa, come sottolineato da Döllner: “L'essenzialità è la bussola che guiderà Audi nei tempi a venire”.

La presentazione a Milano della vision Audi costituisce un nuovo inizio. “La fase d'analisi è terminata. Ora è il momento di guardare al futuro e accelerare. Ci stiamo concentrando su ciò che conta davvero per stabilire i nuovi standard in termini di design e qualità”, afferma il CEO Audi.

### **Poste le basi per la trasformazione Audi**

Dal 2023, mediante l'Audi Agenda, l'Azienda è orientata all'introduzione di profondi cambiamenti. Nella prima metà del 2025, la Casa dei quattro anelli ha lavorato per l'attuazione di tale trasformazione così da rafforzare la propria capacità d'innovare e rendere il modello di business a prova di futuro. “Ora stiamo assistendo ai primi successi”, ha aggiunto Döllner. “In primis grazie all'offensiva di prodotto e al rinnovato portfolio di vetture che ci consente d'investire in qualità e

innovazione. Non meno rilevante la strategia per la Cina, dove abbiamo sottolineato nuovamente il nostro spirito pionieristico con l'introduzione del marchio gemello AUDI". L'accordo negoziato a marzo tra il Consiglio di Amministrazione e il Consiglio di Fabbrica di AUDI AG rafforza la competitività e la stabilità aziendale. Un orizzonte caratterizzato da investimenti nei siti tedeschi per 8 miliardi di euro entro il 2029.

### **L'offensiva di prodotto non si arresta**

Entro la fine di quest'anno, Audi avrà introdotto oltre 20 nuovi modelli in 24 mesi, rendendo la propria gamma la più giovane del segmento premium. Dopo la presentazione di una nuova generazione di vetture cruciali quali Audi A6 e Audi Q3, il Brand accenderà i riflettori su Audi Q3 Sportback e-hybrid in occasione dell'IAA di Monaco.

Audi è pronta dare ulteriore slancio all'offensiva di prodotto nel 2026. Debutteranno infatti un modello entry-level full electric, prodotto a Ingolstadt, e vetture ad alte prestazioni Audi Sport. La combinazione di auto BEV, ibride plug-in e termiche garantirà una posizione solida e flessibile in mercati chiave quali Europa, Cina e Nord America parallelamente al progredire della transizione elettrica.

Allo stesso tempo, Audi sta lavorando al prossimo step evolutivo. Partnership strategiche come quella tra il Gruppo Volkswagen e Rivian consentono di sviluppare innovazioni tecnologiche in modo più rapido ed efficiente, specie in ambito software.

Nel 2026, inoltre, Audi entrerà in Formula 1: un'opportunità per testare nuove tecnologie, materiali e processi nel laboratorio dinamico più probante al mondo. A tal proposito, Gernot Döllner aggiunge: "I preparativi per il debutto in Formula 1 procedono a pieno ritmo". Poche settimane dopo la presentazione della nuova filosofia di design a Milano, un altro momento emozionante per i quattro anelli è all'orizzonte: "Non vediamo l'ora di fornire un'anteprima concreta di cosa aspettarsi da Audi dal prossimo anno nella massima serie dell'automobilismo sportivo".

#### Consumi ed emissioni dei modelli citati

**Audi Q3** – 1,7/9,0 l/100 km – 39/205 g/km di CO<sub>2</sub>

**Audi Q3 Sportback** – 1,7/9,0 l/100 km – 39/205 g/km di CO<sub>2</sub>

**Audi A6 Avant** – 2,1/7,8 l/100 km – 48/177 g/km di CO<sub>2</sub>

\*Dati relativi ai consumi e alle emissioni rilevati nel ciclo combinato secondo lo standard WLTP ed espressi sotto forma di range soggetti a differenze in funzione degli equipaggiamenti.

Il Gruppo Audi è uno dei produttori premium di maggior successo nel settore automobilistico e motociclistico. I brand Audi, Bentley, Lamborghini e Ducati sono presenti in 12 Paesi con 21 impianti produttivi e in più di 100 mercati mondiali.

Nel 2024, il Gruppo Audi ha consegnato ai Clienti circa 1,7 milioni di automobili del marchio Audi, 10.643 Bentley, 10.687 vetture sportive del marchio Lamborghini e 54.495 moto del marchio Ducati. Nell'esercizio 2024, il Gruppo Audi ha ottenuto un risultato operativo di 3,9 miliardi di euro a fronte di un fatturato di 64,5 miliardi di euro. Nel 2024, oltre 88.000 persone lavorano per l'Azienda in tutto il mondo, di cui più di 55.000 presso AUDI AG in Germania. Con i propri marchi di prestigio e una vasta gamma di nuovi modelli, l'Azienda prosegue con determinazione il percorso verso una mobilità premium sostenibile e integralmente connessa.