



Verona, 20 marzo 2025

Audi apre le porte di House of Progress in occasione della Milano Design Week

- **Audi torna a Milano dal 7 al 13 aprile con House of Progress presso gli spazi di Portrait in Corso Venezia 11**
- ***flexability*: l'interpretazione della flessibilità tecnologica Audi affidata allo studio di design DRIFT**
- **La narrazione artistica Audi attraverso l'Università Statale, sede di INTERNI CRE-ACTION, e il MonteNapoleone District**
- **Il Marchio dei quattro anelli riconferma per il 12° anno il proprio ruolo di co-producer di INTERNI e della mostra-evento CRE-ACTION**

La capacità di interpretare le esigenze di un mondo in continua trasformazione anticipandole fa parte da sempre del DNA Audi e trova espressione all'House of Progress, in occasione della Milano Design Week.

Dal 7 al 13 aprile, Audi torna con il suo hub creativo in Corso Venezia 11 nei suggestivi spazi del Portrait Milano. Complesso risalente al XVI secolo e aperto per la prima volta al pubblico da Audi nel 2017, l'ex seminario Arcivescovile rappresenta una delle sedi della mostra-evento INTERNI CRE-ACTION, parte del FuoriSalone 2025, confermando l'House of Progress come uno dei luoghi cardine che animeranno la settimana del design milanese.

Se nelle scorse edizioni il Marchio dei quattro anelli ha rappresentato al FuoriSalone di Milano la propria visione sul futuro della mobilità finalizzata a rendere sostenibile l'intero processo industriale e a produrre vetture alimentate da energia rinnovabile, quest'anno Audi esprime il concetto di flessibilità tecnologica quale strumento abilitante a realizzare la propria strategia. Un racconto che dal "dove" procede descrivendo il "come": lo sviluppo di soluzioni tecnologicamente avanzate finalizzate alla sostenibilità e all'efficienza capaci di interpretare le esigenze di mobilità in ogni contesto possibile.

Proprio dalla fusione dei concetti Audi di flexibility e ability, nasce *flexability*, il progetto Audi all'interno del quale si iscrive l'installazione site specific "Drift Us" progettata dal duo di artisti olandesi DRIFT per la Casa dei quattro anelli.

Traducendo i concetti in un'esperienza immersiva, l'opera interattiva è ispirata al movimento impresso da una folata di vento su una distesa d'erba ed è composta da ventidue steli luminosi che si attivano al passaggio dei visitatori. In questo modo, i progettisti invitano il pubblico a sperimentare il loro impatto sull'ambiente e riscoprire l'incessante movimento della natura che li circonda. Gli steli si muovono in risposta al flusso dei visitatori e si piegano evocando la capacità della natura di adattarsi e la necessità di evolversi nell'interazione con essa. Luce, suono e movimento si fondono in una coreografia che avvolge le persone, le auto esposte e l'ambiente circostante, in un dialogo collettivo in cui ogni elemento contribuisce al movimento dell'insieme.

L'installazione è infatti un invito a ripensare l'equilibrio non come condizione statica, ma come un processo in continua evoluzione, secondo cui dall'interazione tra individui, tecnologia e ambiente prende forma un dinamismo bilanciato.

Secondo questa interpretazione e analogamente alla visione Audi, il futuro si realizza senza estremismi, attraverso l'abilità di evolvere in armonia con il contesto. E questa trasformazione non è mai individuale ma è sempre il risultato di un equilibrio collettivo: un sistema di forze che collaborano, si influenzano e si sostengono a vicenda.

Oltre ad House of Progress, la presenza Audi anima anche MonteNapoleone District, con cui il Brand ha una solida partnership dal 2014, e l'Università degli Studi di Milano.

Da Corso Venezia infatti il percorso narrativo dei quattro anelli prosegue in Via MonteNapoleone con il richiamo a *flexability*, realizzato in scala, per poi continuare con un rimando in uno dei luoghi iconici del FuoriSalone, l'Università degli Studi di Milano, nell'ambito della mostra evento CRE - ACTION ideata e organizzata da INTERNI, di cui Audi è co-produttore forte di una collaborazione ultra decennale.

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.