

Comunicato stampa N. 007/17

San Donato Milanese, 19 gennaio 2017

Il progetto di responsabilità sociale SpecialMente di BMW Italia ha coinvolto finora oltre 100 mila persone

Il progetto di responsabilità sociale d'impresa **SpecialMente** è ormai una piattaforma che include tantissime attività e che testimonia come il tema sia radicato nella cultura aziendale di BMW Italia: in linea con la strategia del BMW Group a Monaco, ma anche punto di riferimento all'interno dell'universo della Casa di Monaco, in termini di intensità, integrazione e capacità di agire nel tessuto sociale nel quale si opera.

Per questo motivo è importante avere dei programmi definiti, ma è anche fondamentale misurare i risultati che vengono conseguiti attraverso iniziative e progetti dedicati. A questo proposito sono oltre 100 mila le persone raggiunte in questi anni, con varie modalità.

"Siamo orgogliosi - ha dichiarato Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - di questi risultati che nascono dall'impegno di tutta l'azienda e dal coinvolgimento dei collaboratori dei concessionari e dei partner. Un'azienda che guarda al futuro non può che avere tra i suoi asset la responsabilità sociale d'impresa e noi come BMW Italia abbiamo dimostrato non solo di crederci ma di essere un punto di riferimento nel settore e nel mondo delle imprese in generale".

SpecialMente ha radunato sotto un unico "cappello" tutte le attività che BMW Italia ha implementato in diversi settori fin dall'inizio del 2001, quando iniziò la collaborazione con la Divisione di Neuroscienze del Prof. Gianvito Martino oggi Direttore Scientifico dell'[Ospedale San Raffaele di Milano](#), che diede vita alla **BMW Research Unit-OSR** finanziata, in questi anni, con oltre due milioni di Euro.

"Da quando abbiamo iniziato ad occuparci di Corporate social responsibility - ha dichiarato Roberto Olivi, Direttore relazioni istituzionali e Comunicazione di BMW Italia - abbiamo fatto tanta strada. Dal 2014 poi abbiamo strutturato in modo più organico le nostre iniziative, in linea con la filosofia del BMW Group, e nel rispetto delle iniziative avviate nel nostro Paese. È nato così "SpecialMente" un nome che è diventato il simbolo del nostro impegno in tema di inclusione sociale, dialogo interculturale, sicurezza stradale. Un simbolo che ha fatto del linguaggio della differenza una ricchezza per i nostri valori e che ci ha aiutato a mantenere una posizione di leadership in termini di reputazione in Italia"

Da allora tanto è stato costruito insieme alle varie realtà che si sono aggiunte lungo il cammino. Il progetto SpecialMente nato dalla cooperazione con [Dynamo Camp](#) e Ospedale San Raffaele ha visto nascere un programma di supporto alle sessioni dedicate ai ragazzi colpiti da malattie neurodegenerative e alle loro famiglie, il quale in tre anni è passato da 43 a 72 famiglie coinvolte all'anno. Nel 2016, la relazione con il **Dynamo Camp** ha portato inoltre alla creazione di un programma di Corporate volunteering che ha interessato 100 collaboratori di BMW Italia.

[SciAbile](#), la scuola di sci per disabili nata a Salice d'Ulzio nel 2003, è passata dai 40 ragazzi del primo anno, ai circa 300 delle ultime due stagioni, con una crescita esponenziale e un "tutto esaurito" costante.

Dalla conoscenza con il mondo delle discipline sportive e Paralimpiche è nato il progetto “**Boccia Rio**”, sviluppato con la [Federazione degli Sport Paralimpici e Sperimentali](#), il quale mira a costituire una rappresentativa italiana in grado di iniziare un programma che, avviato in occasione dei giochi di Rio, possa portare alcuni atleti a Tokyo 2020. In poco più di 8 mesi è nato un team, sono state svolte sedute di preparazione, tornei internazionali e campionati italiani e il movimento è in costante crescita: dai 4-5 atleti iniziali si è arrivati ad oltre 50 in tutta Italia. **Carlotta Ventura**, una delle ragazze protagoniste delle attività di SciAbile è diventata Campionessa italiana a coppie di boccia nella sua categoria, testimoniando come lo sport possa davvero esercitare un ruolo fondamentale nel superamento delle barriere.

Nella stessa direzione si muove il progetto nato nel 2016 (che si concluderà a luglio 2017) con [Palazzo Strozzi](#) a Firenze, con tema arte e accessibilità, per il sostegno alle attività culturali rivolte a persone disabili.

In ambito di intercultura sono state oltre due mila le persone e centinaia le istituzioni e organizzazioni raggiunte dai messaggi di dialogo e integrazione esposti durante le due **Giornate Interculturali** realizzate nel 2014 e nel 2016 con [l'Università di Milano Bicocca](#) tramite il coordinamento scientifico della Prof. Mariangela Giusti.

Analogamente l'appoggio ai premiati italiani dell'[Intercultural Innovation Award](#) del BMW Group ha portato nel 2016 al supporto di una Summer School realizzata dall'organizzazione [Africa Mediterraneo](#) destinata agli operatori del settore la quale ha visto la partecipazione di 52 iscritti ad un programma intenso di formazione sul tema e il raggiungimento di moltissime persone attraverso le piattaforme di comunicazione e le iniziative editoriali.

L'aiuto al Centro giovani 2.0, realizzato da **Save the Children** anche grazie al contributo straordinario di BMW Italia con 500 mila Euro dopo il tragico terremoto di Amatrice, sta consentendo un progressivo ritorno alle attività didattiche sia offrendo una mensa per i 150 ragazzi del plesso scolastico, sia diventando la base per le attività socio educative dei piccoli, dei giovani e delle famiglie saldamente radicate al territorio nonostante la grande tragedia vissuta.

In tema di sicurezza stradale grazie al **BMW Kids Tour** dal 2011 ad oggi sono stati 26.500 i bambini dai 2 ai 14 anni coinvolti che hanno preso la loro prima “patente” imparando norme e comportamenti da tenere sulla strada, grazie anche alla collaborazione con la Polizia Stradale.

Dal 2006, inoltre, sono stati oltre 20 mila i corsi di guida sicura erogati dalla **BMW Driving Experience**, la scuola di guida itinerante di BMW Italia che si avvale dell'esperienza di GuidarePilotare di Siegfried Stohr e dei suoi istruttori.

Infine, il sito www.specialmente.bmw.it, nato alla fine del 2015, nel suo primo anno di vita ha ospitato oltre 180 contributi ed è stato visitato da oltre 50 mila persone.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione
Telefono: 02/51610.294
E-mail: roberto.olivi@bmw.it

**Il BMW Group**

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2016, il BMW Group ha venduto circa 2,367 milioni di automobili e 145.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2015 è stato di 9,22 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 92,18 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2015, il BMW Group contava 122.244 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>