Società

BMW Italia S.p.A.

Società del

BMW Group

Sede

Via della Unione

Europea, 1

I-20097 San Donato

Milanese (MI)

Telefono

02-51610111

Telefax

02-51610222

Internet

www.bmw.it

www.mini.it

Capitale sociale

5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.

MI 1403223

N. Reg. Impr.

MI 187982/1998

Codice fiscale

01934110154

Partita IVA

IT 12532500159

Comunicato stampa

San Donato Milanese 7 Maggio 2018,

Il 23 maggio si svolgerà la “Quinta Giornata Interculturale Bicocca” in partnership tra BMW Italia e Università di Milano-Bicocca.

Una giornata di riflessioni sul tema “Ibridazioni-Connessioni. Periferie, antirazzismi, ricerca di dialoghi possibili”

“Penso interculturale in 300 parole” 5 borse di studio finanziate da BMW Italia per gli studenti dell’Università Bicocca per promuovere riflessioni sul tema dell’Intercultura.

BMW Italia e l’Università di Milano-Bicocca hanno organizzato la Quinta Giornata Interculturale Bicocca che si svolgerà il 23 maggio presso l’ateneo milanese sotto la direzione scientifica della Professoressa Mariangela Giusti. Titolo della giornata: “Ibridazioni-Connessioni. Periferie, antirazzismi, ricerca di dialoghi possibili” L’iniziativa suggella la collaborazione avviata tra la filiale italiana della Casa di Monaco e l’Università nel 2013, con un focus particolare sul tema dell’Intercultura e del dialogo tra i popoli.

La “Quinta Giornata Interculturale Bicocca” prosegue un progetto avviato nel 2002 per promuovere e consolidare confronti, scambi, conoscenze nel campo dell’educazione interculturale. La Quinta Giornata Interculturale Bicocca è un’opportunità di aggiornamento e formazione per insegnanti, educatori, dirigenti scolastici, decisori politici locali, studenti universitari, studenti delle quarte e quinte classi delle scuole secondarie.

Il taglio della Quinta Giornata Interculturale è pedagogico ma con rimandi a vari altri campi epistemologici (genetico, antropologico, linguistico, narrativo) che concorrono alla costruzione del pensiero interculturale in educazione. La pedagogia interculturale è un’area recente del sapere, con una dimensione epistemologica in costruzione vicina ai fatti della cronaca.

Alcune comunicazioni nel programma della “Giornata” sono orientate a riflettere sulla ricaduta che i fatti di cronaca possono avere e talvolta hanno sulle coscienze dei giovani e nei luoghi dell’educazione. Per questo, accanto ad approcci di ricerca diversi, la Giornata propone testimonianze e riflessioni che aiutano coloro che si occupano di educazione a costruire proprie idee e propri pensieri sulle ibridazioni e le connessioni in atto e necessarie per la buona coesione sociale e per l’educazione. Partiamo dalla consapevolezza che le culture dei diversi gruppi umani si evolvono continuamente, si contaminano, danno origine a ibridazioni e connessioni che non terminano mai e arricchiscono i patrimoni culturali di tutti.

L’obiettivo della Quinta Giornata è di collaborare con il lavoro degli insegnanti e dei decisori locali nella trasmissione di un’educazione antirazzista e nella ricerca di collegamenti possibili nelle città, nelle periferie urbane, nei luoghi dove le scuole vivono.

**5 Borse di studio “Penso interculturale in 300 parole”**

Cosa rimane nella memoria, nella mente, nella formazione di un ragazzo o di una ragazza dopo aver partecipato ai lavori di un Convegno che, per scelta degli organizzatori, non supera il tempo di una Giornata? Questa è la domanda di partenza.

Per alcuni studenti (di area pedagogica, antropologica, sociologica, linguistica, giuridica...) le tematiche delle società multiculturali e della necessità di una mentalità interculturale sono affrontate in varie discipline. Per gli studenti di altri Corsi di Laurea (scienze dell’ambiente, medicina, ecc.) sono tematiche meno presenti o affrontate in modo meno diretto. E tuttavia sono tematiche che riguardano la vita di tutti. Le “Giornate Interculturali Bicocca” hanno l’obiettivo di sensibilizzare e di rendere comprensibili a un pubblico vasto temi e argomenti che riguardano ambiti di ricerca specifici.

Vengono messe a disposizione 5 borse di studio del valore di 1.000,00 € netti ciascuna, per premiare e incoraggiare cinque studenti e studentesse iscritti/e a tutti i Corsi di Laurea dell’Ateneo Bicocca di tutti i Dipartimenti: Lauree triennali, Lauree Magistrali e Lauree Magistrali a ciclo unico.

I testi più meritevoli verranno inoltre pubblicati sul sito: [www.specialmente.bmw.it](http://www.specialmente.bmw.it)

Per ulteriori informazioni: <https://www.unimib.it/eventi/quinta-giornata-interculturale-bicocca-ibridazioni-connessioni>

Impegno sociale del BMW Group

L’impegno sociale è parte integrante della cultura aziendale del BMW Group. L’enfasi principale viene posta soprattutto sull’efficienza delle risorse nonché sull’innovazione interculturale e sull’inclusione sociale. Nel processo, l’azienda dà la massima priorità a progetti e a concetti dove essa può utilizzare le proprie competenze per ottenere un miglioramento tangibile e misurabile. L’impegno si rivolge a soluzioni a lungo termine che possono essere applicate a livello internazionale e che possono generare un notevole effetto a lungo termine basato sul principio di “aiutare ad aiutarsi”. Nel 2011, il BMW Group e l’UNAOC (United Nation Alliance od Civilization, hanno istituito l’Intercultural Innovation Award il cui obiettivo è di selezionare progetti sociali altamente innovativi che promu ovono il dialogo e la comprensione interculturali, dando così un contributo vitale alla prosperità e alla pace nelle società di tutto il mondo. Questo esclusivo modello di cooperazione esistente tra il settore privato e l’UNAOC ha un impatto di grande portata, in quanto, grazie alle loro competenze, entrambi i partner sono in grado di assicurare la sostenibilità dei progetti da loro scelti.

In Italia, è stato sviluppato un programma di responsabilità sociale d’impresa chiamato SpecialMente che include tra i suoi pilastri il dialogo interculturale (per maggiori informazioni www.specialmente.bmw.it).

Alleanza delle Civiltà delle Nazioni Unite

L’Alleanza delle Civiltà delle Nazioni Unite (UNAOC) è un’iniziativa del Segretario Generale dell’ONU che punta a migliorare la comprensione e i rapporti collaborativi tra le nazioni e i popoli di diverse culture e religioni, ed anche per aiutare a contrastare le forze che alimentano la polarizzazione e l’estremismo.

L’Alleanza fu fondata nel 2005, sull’iniziativa dei Governi di Spagna e Turchia, sotto l’egida delle Nazioni Unite. Il 28 settembre 2012, Sua Ecc. Nassir Abdulaziz Al-Nasser fu designato Alto Rappresentante dell’ONU per l’Alleanza delle Civiltà dal Segretario Generale. L’UNAOC è sostenuta dal Group of Friends, una comunità di oltre 100 paesi membri e di organizzazioni ed enti internazionali.

Università di Milano-Bicocca

L’Università di Milano-Bicocca è attiva dal 1998. Attualmente ha 33.455 studenti iscritti ai corsi di laurea, laurea magistrale e laurea magistrale a ciclo unico. L’offerta didattica è articolata in 70 corsi di studio in sette diverse aree disciplinari: economico-statistica, giuridica, medica, psicologica, sociologica, scientifica e della formazione. Ci sono poi 19 corsi di dottorato di ricerca coordinati da un’unica scuola e 28 scuole di specializzazione. La ricerca si svolge in 14 dipartimenti e 46 centri di ricerca universitari e interuniversitari. Il campus si estende su una superficie di oltre 330mila metri quadrati, distribuiti tra il polo milanese nel quartiere Bicocca e il polo biomedico di Monza, a pochi chilometri da Milano. Nel 2011 è stato inaugurato sull’isola di Magoodhoo, nell’atollo di Faafu, alle Maldive, il MaHRE center, centro di ricerca e formazione nei campi delle scienze ambientali e dell’ecologia marina.

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 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 e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2017, il BMW Group ha venduto oltre 2.463.500 automobili e più di 164.000 motocicli nel mondo. L’utile al lordo delle imposte nell’esercizio finanziario 2017 è stato di circa 10,655 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 98,678 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2017, il BMW Group contava 129.932 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 BMW Group