

Corporate Communications

Comunicato stampa

San Donato Milanese, 21 agosto 2018

Intervista con Alex Zanardi: dieci domande per scoprire il suo lato privato.

- Dieci domande, dieci risposte prima della partecipazione alla gara del DTM a Misano
- La sua ricetta preferita, la serata perfetta, la fondazione “Bimbingamba”: ecco il lato privato di Alessandro Zanardi
- La prossima avventura: essere il primo uomo su Marte?

Il prossimo weekend terminerà la lunga attesa: il pilota e brand ambassador BMW Alex Zanardi sarà a Misano per partecipare alla sua prima gara DTM. Il 51 enne pilota è una leggenda, grazie ai successi con la sua hand bike e alle numerose vittorie nelle competizioni automobilistiche. Intervistato, Zanardi rivela alcuni dettagli della sua sfera privata in dieci domande e risposte.

D: A Misano gareggerai con il numero 12. Che significato ha quel numero?

R: Il numero 12 è un regalo simbolico al mio amico Jimmy Vasser.

D: Sappiamo che ti piace cucinare. C'è una ricetta che preferisci?

R: Sì, la pizza.

D: Qual è la serata perfetta per te?

R: La serata ideale è quella in compagnia dei miei amici. Se ci fosse una birra sarebbe addirittura migliore.

D: Qual è il tuo libro preferito?

R: Effettivamente sarebbe bello scrivere un libro. Mi piace molto scrivere. Se dovessi scegliere un libro da leggere, sarebbe senza dubbio un libro di avventure di Clive Cussler.

D: Possiedi la patente nautica. Cosa ti piace dell'Oceano?

R: Temo l'Oceano e lo amo allo stesso tempo. Mi piace vivere sull'acqua, immergermi e scrutare i panorami. Rispetto molto il mare.

D: Che musica preferisci ascoltare?

R: Non ho una canzone o un artista preferito, passo da Celine Dion a Eminem. Mi piacciono entrambi e tutto ciò che sta nel mezzo.

D: Quando eri bambino, cosa avresti voluto fare da grande?

R: Il pilota di auto. Forse ancora prima forse avrei voluto diventare un astronauta. Ma l'idea di diventare un pilota arrivò piuttosto presto.

D: Attraverso la tua Fondazione 'Bimbingamba' supporti bambini che hanno subito amputazioni e fornisci loro protesi. Perché è così importante aiutarli?

R: Penso che condividere sia ciò che ci tiene in vita. Mi piace essere felice, ma lo sono molto di più se circondato da persone che sono felici. La serenità proviene anche dall'essere circondati da persone che soffrono meno, cerco di fare il possibile per creare un mondo migliore.

D: Qual è il paese in cui preferisci trascorrere le tue vacanze?

R: L'Italia. In Italia non apprezziamo quanto dovremmo ciò che abbiamo. Se vedi l'Italia, hai visto il mondo.

D: Quale consiglio daresti a tuo figlio?

R: Posso solo provare a dargli degli esempi, ma gli direi di continuare ad essere curioso. Quando sei curioso, cerchi l'ispirazione dagli altri, non necessariamente da persone famose. Ad esempio una madre che si alza al mattino e, sebbene abbia la febbre, prepara la colazione per i suoi figli e va a lavorare perché c'è una famiglia da mantenere.

D: C'è qualche nuova avventura che sogni?

R: Qualche nuova avventura? Non lo so... Essere il primo uomo su Marte? Qualcosa di semplice, sai (ride).

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi

Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione

Tel: +39 02.5161.02.94

Fax: +39 02.5161.002.94

Mail: roberto.olivi@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

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>

BMW GROUP

Corporate Communications



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

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

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

Google+: <https://plus.google.com/+BMWGroup>