

Comunicato stampa
17 luglio 2019

Gli abiti di “Made in Rebibbia” sfilano per il secondo anno consecutivo all’interno della struttura penitenziaria romana.

“Made in Rebibbia” l’iniziativa nata dall’accordo tra l’Accademia nazionale dei Sartori e l’Istituto penitenziario di Rebibbia, sostenuta da BMW Roma, ha portato, per il secondo anno consecutivo, in passerella i detenuti che hanno indossato i risultati del corso di taglio e cucito che hanno frequentato all’interno dell’Istituto penitenziario.

L’iniziativa “Made in Rebibbia. Ricuciamolo insieme”, che rientra nel progetto più ampio della rieducazione e del recupero, è partita nel 2017 grazie all’accordo tra l’Accademia Nazionale dei Sartori e l’Istituto penitenziario di Rebibbia e vede il sostegno di BMW Roma, filiale del BMW Group Italia che opera nella capitale, che ha finanziato l’acquisto di materiale didattico e attrezzature.

In passerella hanno sfilato, dopo la straordinaria esperienza dello scorso anno, le creazioni “Made in Rebibbia” che racchiudono la proposta stilistica del laboratorio di Alta Sartoria e rappresentano i risultati del secondo anno di corso: giacche, gilet, pantaloni interamente realizzati dai detenuti aspiranti sarti che frequentano il corso e che per una sera sono stati anche indossatori. La finalità del percorso didattico è formare figure professionali in grado di rispondere alle richieste del mercato e di creare opportunità concrete di reinserimento sociale.

La scelta di BMW Roma di supportare il progetto dell’Accademia Nazionale dei Sartori e dell’Istituto Penitenziario di Rebibbia si inserisce nel quadro delle attività di responsabilità sociale di impresa del BMW Group Italia con il programma SpecialMente. Gianluca Durante, Direttore Generale di BMW Roma, commenta così la decisione: “Oggi le aziende devono testimoniare il loro concreto impegno nella società attraverso iniziative e progetti che mirino a contribuire al miglioramento delle condizioni complessive del mondo in cui operano. Noi di BMW Roma abbiamo abbracciato questo progetto tre anni fa perché crediamo che sia un esempio di come, attraverso il lavoro e la creazione di professionalità, sia possibile dare una seconda opportunità a persone che hanno commesso degli errori nella loro vita e che

stanno scontando la loro pena in carcere. Made in Rebibbia nasce proprio con questa ottima di re-integrazione e inclusione che è parte del nostro progetto di responsabilità sociale d'impresa SpecialMente”.

SpecialMente: il progetto di CSR di BMW Italia.

BMW Italia, filiale italiana di BMW AG, ha sviluppato un programma integrato di responsabilità sociale d'impresa denominato SpecialMente che ha come pilastri fondamentali cultura, inclusione sociale, dialogo interculturale, sicurezza stradale. SpecialMente è 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, 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.

In ambito culturale, le collaborazioni con le maggiori istituzioni culturali italiane testimoniano i valori e l'impegno dell'azienda nel tessuto del Paese.

Dal 2001 ad oggi, il progetto SpecialMente ha coinvolto oltre 750mila persone attraverso iniziative “on line” e “on land”.

Maggiori dettagli sulle attività di Corporate Social Responsibility di BMW Italia si possono trovare sul sito www.specialmente.bmw.it.

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. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2018, il BMW Group ha venduto oltre 2.490.000 automobili e oltre 165.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2018 è stato di 9,815 miliardi di Euro con ricavi per 97,480 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2018, il BMW Group contava un organico di 134.682 dipendenti.

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

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 5 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>