



Comunicato stampa
24 luglio 2020

I dealer del BMW Group Italia diventano protagonisti di SpecialMente, il programma di Corporate Social Responsibility di BMW Italia che da quest'anno promuove le iniziative locali realizzate dai propri partner. Autotorino, Birindelli, M. Car e Nanni Nember i dealer che entrano nel progetto per il 2020.

SpecialMente è l'articolato programma di Corporate Social Responsibility della filiale italiana del BMW Group che si basa su cinque pilastri: cultura, dialogo interculturale, inclusione sociale, sicurezza stradale, sostenibilità. Per il 2020 sono state scelte le attività di Responsabilità Sociale realizzate dalle Concessionarie della rete che vengono promosse all'interno del programma.

Autotorino, Birindelli, M. Car e Nanni Nember sono i primi quattro concessionari a ricevere il riconoscimento del progetto

SpecialMente@Dealers che mira a promuovere e far conoscere a livello nazionale le attività svolte dai concessionari sul territorio e allineate con la strategia di BMW Italia in termini di responsabilità sociale d'impresa. Le attività dei quattro concessionari diventeranno da quest'anno parte integrante e riconosciuta del programma ufficiale di BMW Italia.

“Avere uno scopo più grande. È questo il mantra – ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia – che oggi si sta diffondendo tra i manager e le imprese che hanno l'ambizione di esercitare un ruolo di leadership a livello globale e garantirsi un successo sostenibile nel medio-lungo periodo. Questo significa che la responsabilità sociale d'impresa o CSR (Corporate Social Responsibility) come viene comunemente detta, sta diventando un asset fondamentale delle aziende di oggi. E questo aspetto è diventato così strategico che la stessa valutazione aziendale da parte degli stakeholder si fonda, in buona parte, su di esso”.

“Noi – ha proseguito Di Silvestre – nel corso degli anni siamo diventati un punto di riferimento in Italia con il nostro progetto SpecialMente, non solo nel mondo automotive ma più in generale in quello delle aziende che operano nel paese. Per far comprendere appieno la nostra strategia e il nostro approccio



a 360°, da quest'anno abbiamo deciso di lanciare il progetto

SpecialMente@Dealers per valorizzare le attività di corporate social responsibility fatte dalla nostra rete, identificando i 3-4 progetti che ogni anno andremo a comunicare come esempio di attività valide ed in linea con il nostro approccio, a testimonianza che il nostro modo di lavorare in questo settore è condiviso con entusiasmo e partecipazione da tutta la catena del valore, in primis dai nostri partner concessionari”.

I concessionari protagonisti di SpecialMente@Dealers 2020 e i loro progetti

Concessionaria Autotorino (20 sedi a Cremona, Novara, Pavia, Verbania, Vercelli, Milano, Parma, Como, Cremona, Varese, Udine, Trieste, Pordenone, Treviso, Belluno)

Il Gruppo Autotorino, ora presente in tutto il nord del Paese, ha deciso di tornare alle sue radici, in Valtellina, per un progetto di **sostenibilità** ambientale, con l'investimento diretto nel progetto Terra Alta di Valtellina, che ha lo scopo di valorizzare le lavorazioni agricole e artigianali in quota, favorendo il mantenimento della loro integrità e offrendo ai consumatori la possibilità di un consumo etico e responsabile. Il progetto beneficia anche della comunicazione verso tutti i nuovi clienti BMW.

Sempre in tema di sostenibilità, il gruppo ha scelto di adottare un approccio “no paper” al proprio lavoro, riorganizzando i processi aziendali per eliminare i supporti cartacei. Tra i risultati ottenuti non c'è solo l'evidente risparmio di carta, inchiostro, spazio ed energia per la stampa ma anche il miglioramento delle attività quotidiane dei collaboratori, che possono evitare le mansioni routinarie legate alla gestione dei supporti cartacei a favore di più efficienti soluzioni digitali.

Concessionaria Birindelli Auto (5 sedi a Firenze, Prato, Pistoia, Arezzo Lucca)

Anche la concessionaria toscana Birindelli Auto focalizza il suo impegno sul tema della tutela dell'**ambiente**, partecipando al progetto “SalvAmare– perché non abbiamo un pianeta B” che si pone l'obiettivo di accrescere l'attenzione e il coinvolgimento dell'opinione pubblica sul tema, facendo cominciare la salvaguardia del mare dalle città, dalle case e dalle abitudini



giornaliere dei cittadini. Birindelli Auto partecipa al progetto in modo attivo coinvolgendo i suoi collaboratori, fornendo ai volontari gadget green per la distribuzione e sensibilizzazione dei cittadini, fornendo i materiali a supporto degli eventi e l'uso di una vettura MINI Plug-in Hybrid per girare nei centri storici del territorio toscano a zero emissioni.

Concessionaria M.Car (3 sedi a Napoli, Caserta)

M.Car, concessionaria BMW e MINI per le città di Napoli, Caserta e province, differenzia il suo impegno partecipando attivamente a diversi progetti di Social Responsibility riguardanti l'**inclusione sociale**, la **cultura** e la **sostenibilità ambientale**.

In ambito di inclusione sociale, la famiglia Pascarella, titolare della Concessionaria e proprietaria dell'innovativo Centro Sportivo "Open Caserta", è impegnata in prima linea nella promozione della pratica dello sport inclusivo per le persone con disabilità, per far vivere agli atleti e alle loro famiglie momenti di aggregazione, inclusione e ascolto. Lo sport è inteso come momento di crescita e di solidarietà, per valorizzare la condivisione, superare pregiudizi e riconoscere la qualità delle persone. I progetti riguardanti sport e disabilità sono una scuola calcio per ragazzi con disabilità (Insuperabili Reset Academy Caserta) inserita in un network di 17 academy sul territorio nazionale e una scuola tennis per ragazzi con disabilità (Open Mind).

Nell'ambito della promozione culturale, la concessionaria M.Car può vantare la prestigiosa collaborazione con il Teatro San Carlo, teatro più antico d'Europa e istituzione partenopea ad elevato valore storico e culturale. L'impegno della concessionaria è finalizzato all'inserimento nel tessuto culturale della città, contribuendo attivamente al finanziamento di un luogo simbolo per la città partenopea.

Concessionaria Nanni Member (Brescia)

Nanni Member, concessionaria BMW e MINI di Brescia, diversifica il suo impegno in termini di responsabilità sociale e ha scelto di puntare su una molteplicità di attività, che abbracciano **cultura**, **inclusione sociale** e **sicurezza stradale**.



La promozione culturale ha preso forma in diversi progetti di street art, con un impatto sia tra le pareti della concessionaria che in città, dove ha portato i colori e il segno grafico tipici di questa forma d'arte nei quartieri di Brescia.

L'impegno in progetti di inclusione sociale avviene con il supporto alla polisportiva No Frontiere che promuove lo sport per persone con disabilità e vede i suoi atleti protagonisti in piscina, con l'obiettivo delle Paralimpiadi Tokyo 2020. Ancora una volta è lo sport il linguaggio scelto per abbattere le barriere e favorire la condivisione della disabilità.

Infine, la concessionaria ha deciso di parlare di sicurezza stradale in modo originale, in perfetto stile MINI, coinvolgendo i migliori studenti dell'ultimo anno delle scuole superiori, a cui è stato offerto uno stage di guida sicura in autodromo.

Il progetto SpecialMente ha già raggiunto 1 milione di persone

Il progetto SpecialMente di BMW Italia, nato ufficialmente nel 2013 ma che include attività iniziate nei primi anni del 2000, è perfettamente integrato con la strategia di sostenibilità dell'headquarter di Monaco di Baviera, che ha obiettivi strategici che riguardano le aree dei prodotti e dei servizi, della produzione e della creazione di valore per i dipendenti e la società, coerentemente con i principi stabiliti dai 17 "Sustainable Development Goals" promossi dalle Nazioni Unite.

L'attività della filiale italiana del BMW Group rappresenta un'eccellenza e un punto di riferimento all'interno dell'universo della casa di Monaco in termini di intensità, integrazione e capacità di agire nel tessuto sociale in cui l'azienda opera.

SpecialMente si basa su 5 pilastri: cultura, intercultura, inclusione sociale, sicurezza stradale e sostenibilità. Per ognuno di questi aspetti, sono molteplici le iniziative realizzate nel corso degli anni. Le attività del progetto vengono raccolte nel sito specialmente.bmw.it, che ospita i racconti degli eventi e dei protagonisti delle attività di responsabilità sociale del BMW Group.

Grazie al coinvolgimento diretto nelle attività di CSR e alla comunicazione attraverso il sito e i canali social, con un mix di contenuti digitali on-line e



“reali” on-land, il programma SpecialMente è stato in grado, alla fine del 2019, di raggiungere il prestigioso traguardo di un milione di persone.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

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 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 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 4 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/>