



Comunicato stampa
23 dicembre 2020

BMW Italia rinnova l'accordo di partnership con la Federazione Italiana Bocce per l'attività sportiva della Boccia Paralimpica

Il supporto all'attività della Boccia Paralimpica, movimento partito pochi anni fa da zero e che ora può contare su oltre 200 atleti, si inserisce nel contesto delle attività di SpecialMente, il programma di Corporate Social Responsibility della filiale italiana del BMW Group

BMW Group Italia e la Federazione Italiana Bocce (FIB) hanno deciso di rinnovare per il 2021 e ampliare la propria partnership, che include ora anche l'utilizzo di alcune automobili BMW da parte di FIB.

Il supporto alla **Boccia Paralimpica** da parte del BMW Group Italia, inserito nel programma di CSR SpecialMente, è iniziato nel 2016 grazie alla partnership con la FISPES (Federazione Italiana Sport Paralimpici e Sperimentali) ed è successivamente proseguito con il passaggio di questa disciplina sportiva alla FIB (Federazione Italiana bocce). Grazie a questo impegno, partendo da zero, si è creato anche in Italia un movimento che oggi conta più di 200 atleti e che sta facendo enormi progressi. Il sogno con cui è nato il progetto è quello di portare la nazionale di Boccia del nostro Paese a competere alle Paralimpiadi per la prima volta nella sua storia.

“Anche in un anno complicato dalla pandemia, con un importante impatto economico sul nostro business, abbiamo confermato tutti gli investimenti programmati in tema di CSR, come segno tangibile del nostro impegno serio, concreto, fattivo in Italia.” – ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e AD di BMW Italia – “Crediamo che questa sia la strada da seguire e riteniamo che le nostre attività di responsabilità sociale d'impresa rappresentino il modo di restituire alla società in cui operiamo parte del successo che il mercato ci riconosce. Tra le tante iniziative, l'attività della Boccia ci sta particolarmente a cuore perché è un progetto che abbiamo fatto



nascere e che è cresciuto nel tempo. Negli scorsi anni abbiamo visto un'idea affascinante diventare in poco tempo una splendida realtà. Il sogno resta sempre lo stesso: portare un nostro atleta alle Olimpiadi di Tokyo 2021”.

Gli fa eco **Marco Giunio De Sanctis**, Presidente FIB, in occasione del ritiro di una delle vetture oggetto della sponsorizzazione: “In questo particolare momento, l'azienda ha deciso di puntare ancora sullo sport e, per questo motivo, ringrazio BMW. Inizia un nuovo anno, che sulla falsariga del difficile 2020 che ci lasciamo alle spalle, almeno nei primi periodi, sarà arduo. La Federazione Italiana Bocce, però, sta facendo di tutto per il movimento. Sul fronte della Boccia Paralimpica nel 2021 cercheremo di organizzare qualcosa di importante a livello nazionale e promozionale, al fine di aumentare il bacino d'utenza di questa meravigliosa disciplina.”

L'attività della Boccia Paralimpica fa parte delle iniziative di SpecialMente a favore dell'**inclusione sociale**, uno dei cinque pilastri del programma di CSR. Il 3 dicembre di quest'anno, in occasione della giornata internazionale delle persone con disabilità, SpecialMente ha raccontato il suo impegno attraverso un video realizzato insieme alla Scuola Holden:

<https://www.press.bmwgroup.com/italy/video/detail/PF0008191/specialment-e-giornata-internazionale-dei-diritti-delle-persone-con-disabilita>

SpecialMente: il progetto di CSR di BMW Italia.

BMW Italia, filiale italiana di BMW AG, ha sviluppato un programma integrato di Corporate Social Responsibility 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.



Dal 2001 ad oggi, il progetto SpecialMente ha coinvolto 1.300.000 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:

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/bmw-group/>