



Comunicato stampa
08 febbraio 2021

1.200 studenti di 16 istituti di formazione in Italia beneficeranno di un'importante fornitura di strumenti digitali di supporto e insegnamento donati da alcuni Concessionari di BMW Motorrad Italia

12 Concessionari della Rete ufficiale di BMW Motorrad Italia, che si sono aggiudicati un concorso interno, hanno deciso all'unanimità di devolvere l'intero importo derivante dal premio a loro assegnato a favore di 16 scuole per acquistare 48 LIM (lavagne interattive multimediali) e 48 notebook. L'iniziativa è stata avallata da BMW Motorrad Italia e BMW Bank

Dare un segnale di grande attenzione agli studenti e al mondo della scuola che sono stati duramente colpiti dalla pandemia. Da questo presupposto è partita l'iniziativa di 12 concessionari della rete di BMW Motorrad Italia che hanno deciso di destinare l'intero premio derivante da un contest interno per acquistare 48 LIM (lavagne interattive multimediali) e 48 notebook da destinare a 16 istituti scolastici, a beneficio di circa 1200 studenti.

I 12 Concessionari vincitori protagonisti di questa iniziativa sono: Activ Motor Snc (NO), Activa Spa (TN), Bike House Como srl (CO), Cascioli Spa (AP), Co.Mo. Srl (FR), Due C Srl (PC), F.Ili Lazzarini Snc (PU), Monchiero Moto Srl (CN), Moto Sport Musciacchio Srl (TA), Perego Motorrad Srl (BG), Special Car Spa (CA) e Valli Motorrad Srl (MB).

I Concessionari con l'avvallo di BMW Motorrad Italia e BMW Bank, hanno voluto offrire una testimonianza concreta del proprio impegno sociale sul territorio per sostenere il tema dell'educazione scolastica in un momento così complesso a causa della pandemia attualmente in corso.

Le 48 LIM e i 48 notebook saranno di grande supporto per circa 1.200 studenti che frequentano 16 istituti scolastici distribuiti sul territorio italiano dove le necessità di digitalizzazione delle scuole ha raggiunto un picco inatteso a causa dell'implementazione forzata della DaD (didattica a distanza).

"I consumatori – ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - in particolare Millennial e Generazione Z, chiedono a gran voce alle imprese di essere le protagoniste del cambiamento del mondo e del tentativo di risolvere i problemi più urgenti che affliggono la società. Che cosa vuol dire tutto questo? Che bisogna essere **"brand activist"**. E se è vero che la dichiarazione del **"purpose"** non basta più è altrettanto vero che è necessario passare all'azione.



Noi 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”.

“Essere responsabili – ha poi concluso Di Silvestre - per noi, significa affrontare questi temi con grande attenzione e una visione globale, consapevoli delle attese che gli stakeholder hanno nei nostri confronti. Sapere di avere al nostro fianco imprenditori straordinari come quelli della nostra rete di vendita che condividono la nostra visione, ci riempie di orgoglio.

“L’impegno sociale di BMW Motorrad Italia e della rete dei Concessionari – ha dichiarato Salvatore Nicola Nanni, Direttore generale di BMW Motorrad Italia - è espressione di una partnership che va oltre gli aspetti commerciali e di Brand. Siamo da sempre impegnati in attività di responsabilità sociale d’impresa con un programma strutturato perché questi sono i valori che ci ispirano, valori che sono condivisi anche dai nostri Concessionari”.

“Siamo molto orgogliosi di questo gesto da parte dei nostri dealer – ha poi aggiunto Nanni – poiché in un anno faticosissimo, sia dal punto di vista personale che di business, sono riusciti a distinguersi per responsabilità sociale d’impresa con un gesto che ha un impatto diretto sulla vita di ragazzi che rappresentano il futuro del nostro Paese e che sono stati colpiti in modo molto importante nel loro percorso educativo a causa della pandemia in atto”.

Per ulteriori informazioni:

Andrea Silva

BMW Group Italia

PR & Communication Manager Motorrad

Telefono: +39 0251610278

E-mail: Andrea.Silva@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 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 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 Motorrad

Corporate Communications



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/>