



Comunicato stampa
2 aprile 2021

**Dopo il trionfo in numerosi film festival, a un anno dalla
première, in occasione della giornata mondiale di
consapevolezza sull'autismo, viene lanciato il docufilm "Se ti
abbraccio non aver paura", prodotto da Ushuaia Film con BMW
Motorrad Italia**

**Dal 2 aprile in esclusiva su Nexo+ il racconto del legame tra un padre
e un figlio, Franco e Andrea Antonello, in un road movie delicato e
profondo sull'autismo e sul coraggio di chi sceglie di non arrendersi
mai**

Sarà disponibile in esclusiva su Nexo+ dal 2 aprile, in occasione della
Giornata mondiale per la consapevolezza sull'autismo, **"Se ti abbraccio non
aver paura"** diretto da Niccolò Maria Pagani e prodotto da Ushuaia Film con
BMW Motorrad Italia in collaborazione con I bambini delle fate.

Un road movie che parla di autismo, di viaggio e del legame di un padre e
un figlio. Ma soprattutto del coraggio di chi sceglie di non arrendersi mai.

Franco Antonello ha un figlio autistico, Andrea. Quando Andrea ha compiuto
17 anni, padre e figlio hanno deciso di intraprendere un viaggio in moto
attraversando tutti gli Stati Uniti. Da quella avventura è nato il libro "Se ti
abbraccio non aver paura", scritto da Fulvio Ervas e pubblicato da Marcos y
Marcos, diventato un best seller a livello mondiale.

Nel 2018, mentre Gabriele Salvatores iniziava le riprese del film ispirato al
loro libro, Franco e Andrea hanno deciso di rimettersi in sella della loro
Bmw per attraversare l'Europa e giungere fino in Marocco ai piedi del
deserto del Sahara, seguendo la rotta di Marrakech Express, il film di
Salvatores uscito nelle sale 30 anni fa. Ne è nato un viaggio di quasi 9.000
km tra uragani, frane e mille difficoltà, che ha dato vita al documentario "Se
ti abbraccio non aver paura", diretto da Niccolò Maria Pagani e prodotto da
Ushuaia Film, disponibile in esclusiva su Nexo+ a partire dal 2 aprile.



La piattaforma Nexo+ è un progetto Nexo Digital sostenuto dai media partner Radio DEEJAY, Radio Capital, Rockol.it, Classic Voice, Danza&Danza, ARTE.it.

Il film venne presentato in anteprima assoluta lo scorso 2 aprile sul canale YouTube di Ushuaia Film e successivamente, mentre si definiva la linea di distribuzione, il film di Niccolò Maria Pagani ha ottenuto prestigiosi riconoscimenti a numerosi film festival, tra cui si possono ricordare i principali premi conquistati:

Atlanta Docufest 2020

1 Award: Best Foreign Documentary

Milan Int'l Film Festival Awards 2020

1 Award: Best Editing

2 Nominations: Best documentary, Best Film (still pending)

Manchester Film Festival 2021

1 Nomination: Best Documentary

Ferrara Film Festival 2021

1 Nomination: Best Documentary (still pending)

Asti International Film Festival 2021

1 Nomination: Best Documentary (still pending)

Bahamas International Film Festival 2020

1 Nomination: Best Documentary

Procida International Film Festival 2020

2 Awards: Best Feature Documentary, Best Director of Photography
Documentary

Montelupo Fiorentino International Independent Film Festival 2020

1 Award: Best Documentary

Il **trailer** del film è disponibile al link https://youtu.be/Kfv_b4ASCTw.

Il supporto di BMW Motorrad alla realizzazione del docufilm si inserisce nel contesto delle attività del programma SpecialMente, che comprende le attività di CSR della filiale italiana del BMW Group.



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>

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

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 2020 è stato di 5,222 miliardi di Euro con ricavi per 98,990 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2020, il BMW Group contava un organico di 120.726 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/>