



Comunicato stampa
15 giugno 2021

Make Life An Inclusive Ride – BMW Motorrad Italia di nuovo insieme a Franco Antonello e al figlio autistico Andrea per un nuovo e avventuroso viaggio in giro per l'Europa, per portare un importante messaggio di inclusione sociale sul tema dell'amicizia.

BMW Motorrad Italia sarà partner della Onlus “I bambini delle fate” per questo importante progetto di comunicazione e inclusione sociale che il pubblico potrà seguire sui canali social di Franco Antonello.

BMW Motorrad Italia abbraccia ancora una volta il tema dell'inclusione sociale e lo fa supportando il progetto de “I Bambini delle Fate”, la Onlus fondata da Franco Antonello che si occupa di dare supporto ai bambini autistici e alle loro famiglie, all'insegna del motto “Make Life An Inclusive Ride” parafrasando il claim di comunicazione della divisione Motorrad.

Franco Antonello con l'inseparabile figlio Andrea seduto sulla sella del passeggero e un piccolo staff di supporto, affronteranno un viaggio che li vedrà partire da Castelfranco Veneto in direzione Europa, con l'obiettivo di raggiungere il maggior numero di stati europei che sarà loro possibile. Partiranno per questa avventura il 15 giugno, senza una dettagliata pianificazione, con lo scopo di “perdersi” per le strade europee fino al mese di settembre, cercando così quelle emozioni legate all'avventura del viaggio in moto, che diventa una irrinunciabile simbiosi e fonte di comunicazione tra Franco e il figlio autistico Andrea.

L'obiettivo che si pongono con questo viaggio è far conoscere le criticità e l'importanza dell'amicizia per un ragazzo autistico. Un importante messaggio di inclusione sociale che anche BMW Motorrad vuole aiutare a diffondere.

Questo viaggio che vedrà abbracciare l'Europa in un itinerario che si definirà di volta in volta, tappa per tappa, assume anche il significato di un augurio di positività dopo i lunghi mesi di isolamento e costrizioni imposti dalla pandemia.



Padre e figlio affronteranno l'avventura in sella ad una BMW R 1250 GS Adventure Triple Black e saranno affiancati dai loro compagni di viaggio su una R 1250 GS Edition 40 Years GS.

"Siamo molto orgogliosi di poter supportare Franco e Andrea in questo loro viaggio.", dice Salvatore Nicola Nanni, Direttore Generale di BMW Motorrad Italia che continua: "in questo modo possiamo dare continuità alla strada intrapresa con l'associazione I Bambini delle Fate che si occupa di dare supporto ai bambini autistici e alle loro famiglie. Il tema dell'inclusione sociale ci sta particolarmente a cuore, è uno dei pilastri della nostra strategia di responsabilità sociale d'impresa, e la moto stessa è sinonimo di inclusione. I motociclisti si cercano, fanno parte di una community, di un mondo che ha fatto del viaggio uno stile di vita, una missione. L'essere motociclista permette di esprimersi con un linguaggio universale fatto di emozioni e di piccoli gesti: il viaggiare in moto, soprattutto in coppia, è un viaggiare molto fisico, fatto di contatto e di sintonia. Tutto questo ha permesso a Franco e Andrea di andare oltre le difficoltà create dall'autismo, che in primis rende problematica la comunicazione. Trovo quindi una sintonia totale tra il progetto che ci ha proposto i Bambini delle Fate e la nostra visione, poiché vede tematiche di responsabilità sociale d'impresa armonizzarsi spontaneamente con l'essenza del motociclismo."

"Mi piace ricordare - ha poi proseguito Nanni - che l'anno scorso abbiamo presentato il docufilm "Se ti abbraccio non aver paura", produzione nata dalla collaborazione tra BMW Motorrad e Ushuaia film, che raccontava proprio uno dei viaggi in moto di Franco e Andrea. Abbiamo lavorato su questo progetto con così tanta energia e determinazione, che abbiamo accolto con entusiasmo la notizia che il 27 maggio, nel contesto della certificazione che BMW Italia ha ottenuto come Best In Communication per il 2020, questo nostro progetto sia stato premiato come il migliore tra i progetti a tema CSR. Auguro quindi a Franco e Andrea di fare un buon viaggio, assaporando ogni istante e ogni emozione che il viaggio porta con sé per trovare quella sintonia e quell'equilibrio che solo la moto può dare. Proprio come invita il nostro claim MAKE LIFE A RIDE, che in questo caso potremmo rinominare MAKE LIFE AN INCLUSIVE RIDE".

"Ringrazio BMW Motorrad che è al nostro fianco anche in questa occasione. - dice Franco Antonello, fondatore e presidente della Onlus "I Bambini delle fate" - Questo è il quarto anno che BMW ci supporta in questi nostri viaggi in moto, che sono stati la chiave di svolta nella comunicazione mia e di mio figlio Andrea. Con questo nostro nuovo progetto che abbiamo chiamato Europa Adventure 2021, ci poniamo l'obiettivo di attraversare venti Paesi



europei per portare un importante messaggio sociale che è l'amicizia. Per i ragazzi autistici come Andrea, l'amicizia sarebbe un tassello fondamentale della loro vita, ma a causa delle difficoltà che hanno nella comunicazione e nel comportamento a loro spesso è vietata. Noi vogliamo portare in tutti i Paesi che attraverseremo questo concetto, ma lo faremo in un modo nuovo, a modo nostro e in diretta sui nostri canali. Non voglio rivelare tutti i dettagli di questo nostro viaggio pieno di sorprese, perché voglio che ci seguiate, che stiate in viaggio con noi, al nostro fianco giorno per giorno. Il 15 giugno partirà ufficialmente questa nostra nuova avventura che finirà a settembre.”

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 Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 1.000 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/>