



Comunicato stampa
17 dicembre 2021

SpecialMente@dealers2021: cultura, inclusione sociale e sicurezza stradale sono protagoniste delle attività locali delle Concessionarie del BMW Group selezionate per fare parte di SpecialMente, il programma di CSR della filiale italiana dell'azienda bavarese. Le iniziative scelte per il 2021 sono state realizzate delle concessionarie Autoclub, Autoeur Brandini e Lario Bergauto

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 2021 sono state scelte le attività di Responsabilità Sociale realizzate dalle Concessionarie della rete che vengono promosse all'interno del programma.

Autoclub, Autoeur Brandini e Lario Bergauto sono le concessionarie che con le loro iniziative di CSR entrano a far parte del programma SpecialMente@Dealers per il 2021, che promuove e fa conoscere a livello nazionale le attività realizzate dagli organizzati del BMW Group sul territorio allineate con la strategia centrale del gruppo.

“Grazie a SpecialMente abbiamo coinvolto oltre 2,5 milioni di persone nelle nostre attività sul territorio e on line. - ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - Il nostro è un approccio che mira a raggiungere le persone attraverso tutti i canali, fisici e digitali, per accrescere la consapevolezza su temi molto importanti come l'inclusione sociale, il dialogo interculturale, la sicurezza stradale, la sostenibilità e la cultura.

In questi due anni di pandemia abbiamo scelto di non sottrarre risorse agli investimenti relativi alle attività sociali o culturali. Crediamo che questo rientri nella responsabilità di un'azienda di successo come BMW Italia. Restituire alla società è un dovere per le aziende leader e lo è ancora di più in momenti difficili come quelli che stiamo vivendo.



Abbiamo ottenuto risultati straordinari, frutto del lavoro di squadra. Del team di BMW Italia, dell'entusiasmo dei nostri collaboratori, ma anche della passione dei nostri partner concessionari che, come dimostrano le tre iniziative selezionate, fanno un lavoro straordinario a livello locale, in linea con la nostra strategia.”

I concessionari protagonisti di SpecialMente@Dealers 2021 e i loro progetti

Gruppo Autoclub (due sedi di vendita e assistenza a Modena e Imola e una sede di assistenza a Sassuolo)

Grazie alla partnership con l'Istituto di Montecatone, Ospedale di Riabilitazione con sede in Emilia Romagna e struttura d'eccellenza di riferimento a livello nazionale nella riabilitazione di pazienti con lesioni midollari e cerebrali, le concessionarie Autoclub (Modena) e Turbosport (Imola) hanno realizzato una speciale giornata in pista all'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola che ha coniugato sicurezza stradale e inclusione sociale, coinvolgendo decine di persone nei corsi di guida della BMW Driving Experience che hanno regalato emozione e adrenalina. Tra i partecipanti anche ex pazienti con lesione midollare che si sono messi alla prova sull'impegnativo circuito grazie alle vetture BMW allestite con ausili alla guida e hanno potuto cimentarsi con le attività di formazione finalizzate alla sicurezza stradale, riscoprendo la sensazione di stare al volante e affinando la propria abilità.

Autoeur Brandini (due sedi di vendita e assistenza a Firenze e Pistoia e una sede di assistenza a Sesto Fiorentino)

Si colloca nell'ambito della promozione culturale, di cui il BMW Group celebra il 50esimo anniversario nel 2021, l'attività di sponsorizzazione promossa da Autoeur Brandini a favore del Teatro del Maggio Fiorentino, sede stabile dell'Orchestra e del Coro del Maggio Musicale Fiorentino oltre che sede principale del prestigioso Festival, il più antico d'Italia e uno tra i più importanti d'Europa e che dà il nome al grande complesso architettonico. Con questa partnership la concessionaria supporta un'istituzione dall'indiscusso



valore storico, artistico e culturale, valorizzando un'entità fortemente rappresentativa per il territorio.

Lario Bergauto (tre sedi di vendita e assistenza a Bergamo, Lecco e Sondrio e una sede di assistenza a Grumello del Monte)

Anche nel caso di Laio Bergauto il focus è su un'attività di promozione in ambito culturale, con la partnership con l'evento "I Passaporti dei Promessi Sposi", mostra-evento fortemente caratterizzante per la tradizione culturale e il territorio di Lecco, nel duecentesimo anniversario della prima versione del capolavoro manzoniano dal titolo "Fermo e Lucia". Progetto che ha riscosso notevole successo partendo dall'immortale romanzo di Alessandro Manzoni, l'installazione di arte contemporanea ha messo i visitatori davanti a sguardi vibranti e carichi di umanità con totem, oggetti simbolici, grandi pannellature e gigantografie fotografiche. Un progetto "scatenato" nel senso letterale, che rifiuta con elegante irriverenza qualunque tributo alla tradizione; una sorgente d'acqua fresca e al tempo stesso una fonte inesauribile di provocazioni e riflessioni sul mondo contemporaneo.

Il progetto SpecialMente ha raggiunto 2 milioni e mezzo 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 fino ad ora di raggiungere due milioni e mezzo di persone con le proprie attività.

Il BMW Group ha celebrato 50 anni di impegno culturale globale nel 2021

Nel 1971, esattamente 50 anni fa, iniziava l'impegno culturale del BMW Group, commissionando tre dipinti a Gerhard Richter. Da allora più di un centinaio di iniziative culturali a lungo termine del BMW Group nel campo dell'arte moderna e contemporanea, della musica classica, del jazz e del suono, così come nell'architettura e nel design, sono state consolidate nel corso dei decenni. Dal Guggenheim Museum alla Tate Modern, dal Centre Pompidou alla Neue Nationalgalerie. Dall'Opera Staatsoper Unter den Linden e La Scala di Milano al Teatro Bolshoi di Mosca. Da Art Basel a Frieze e alla Biennale di KochiMuziris. La “corporate citizenship” e il dialogo interculturale sono il fulcro di un'impresa commerciale di successo come il BMW Group. La libertà creativa incondizionata e le cooperazioni sostenibili e a lungo termine sono essenziali per dar vita ad una vera partnership nel campo culturale. L'esperienza condivisa, il contatto e la conoscenza permettono un'interazione che va al di là della mera transazione monetaria che definisce una sponsorizzazione.

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 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/>