



Comunicato stampa
12 giugno 2024

Giunto a conclusione il progetto BMW in Tour con la finalissima disputata al PUMA House of Football tra la prima squadra Ufficiale Serie A di Insuperabili e una rappresentativa di 11 Concessionari BMW in Italia. L'iniziativa nata da un'idea di ACIB (Associazione Concessionari Italiani BMW) si è svolta in partnership con BMW Italia e AC Milan.

Il progetto ideato da ACIB insieme alla Onlus Insuperabili ha visto la partecipazione di 11 concessionari. Alphabet Italia, BMW Bank Italia, BMW Driving Experience, Car Garantie, Italia Bilanci, Visual Software sono stati partner.

Si è svolto ieri, 11 giugno, presso la PUMA House of Football l'evento finale del progetto BMW in Tour ideato da ACIB (Associazione Concessionari Italiani BMW) insieme a undici Concessionari della rete BMW in Italia e alla Onlus Insuperabili. BMW Italia e AC Milan hanno svolto il ruolo di partner del progetto.

Sul campo di calcio si sono sfidati la prima squadra ufficiale Serie A di Insuperabili e una rappresentativa degli 11 concessionari della rete di BMW Italia in una partita a 7 in due tempi da 25 minuti sotto lo sguardo attento di Nelson Dida, campione e Legend di AC Milan in rappresentanza del club rossonero.

"BMW IN TOUR", è stato un viaggio per parlare di sport e inclusione sociale, sotto il cappello di SpecialMente, il programma di responsabilità sociale d'impresa di BMW Italia che collabora al progetto. Alphabet Italia, BMW Bank Italia, BMW Driving Experience, Car Garantie, Italia Bilanci, Visual Software sono stati partner del progetto.

"Un anno fa - ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - abbiamo iniziato un percorso meraviglioso, stimolati dalla nostra Associazione dei concessionari ACIB e

mi fa piacere ringraziare il presidente Zarattini per l'energia e la passione con cui ha promosso il progetto, insieme a 11 dealer della rete e ad un partner strategico come AC Milan".

"Oggi - ha poi continuato Di Silvestre - BMW in Tour, come ogni viaggio che si rispetti, è arrivato a destinazione con un finale davvero all'insegna dello sport, della sfida, della passione e della competizione. Tutti valori che ci appartengono, come ci appartiene la voglia di creare valore per la società in cui operiamo con il nostro progetto di responsabilità sociale d'impresa SpecialMente e la campagna +Diversity is more".

La Milan Legend Dida ha commentato: "Sono molto felice di esser qui oggi per prender parte a una vera festa dello sport e dell'inclusività. Il calcio insegna la vita di squadra, all'interno di uno spogliatoio ricco di culture, capacità e caratteri differenti. Saper comprendere e valorizzare le peculiarità e le diversità di ognuno è il segreto di un progetto vincente. Rappresentare un Club che da sempre si impegna su questi temi, anche attraverso le attività di Fondazione Milan e l'unità d'intenti con partner del valore di BMW, è per me motivo di grande orgoglio".

Enzo Zarattini, Presidente ACIB ha sottolineato: "Siamo giunti al termine di questo straordinario viaggio, sperando sia il punto di partenza per tanti altri. Desidero ringraziare, a nome di ACIB, tutti coloro che lo hanno reso possibile: BMW, Insuperabili e gli Sponsor che hanno partecipato a questa avventura, riempiendoci di orgoglio, impegno e soddisfazione. I nostri collaboratori sono stati totalmente coinvolti nel progetto, grazie all'impegno nel sociale dimostrato da BMW. Nell'augurarci un futuro ricco di occasioni simili, vogliamo ringraziare BMW Italia per averci sostenuti a 360 gradi nella realizzazione del progetto."

Davide Leonardi, Fondatore e Presidente Insuperabili, ha spiegato: "Il BMW IN TOUR è stato un viaggio all'insegna dell'inclusione dove abbiamo potuto far giocare insieme ai nostri atleti quasi 200 dipendenti dei concessionari BMW. Conosciamo la forza del gioco e di tutti i suoi benefici in termini di apprendimento e conoscenza e siamo quindi felici e consapevoli di aver contribuito ancora una volta ad un nuovo passo in avanti verso un mondo più inclusivo. Siamo arrivati al termine di questo viaggio e svolgere l'ultimo appuntamento al Vismara ospiti del Milan, che ringrazio, è un regalo fantastico per tutti i nostri Atleti che ancora una volta avranno l'occasione di vivere il calcio come dei professionisti. Iniziare questo percorso insieme ad ACIB e BMW è stato per noi motivo di orgoglio e privilegio ringrazio i nostri partner per la fiducia e l'entusiasmo dimostrato nei nostri confronti. I viaggi belli e significativi sono quelli che appena terminati ti fanno venire subito voglia di ripartire, questa è la nostra sensazione oltre che il nostro grande augurio."

"BMW in Tour" è diventato parte della campagna di comunicazione " + Diversity is More" che BMW Italia ha avviato quest'anno proprio insieme ad AC Milan. Un progetto nato per promuovere la cultura della diversità e dell'inclusione sociale, valori che fanno parte del DNA delle due società.

Il simbolo della campagna è costituito dagli indici di due mani che si incrociano per formare il segno "+", creando un'iconografia forte proprio ad indicare la ricchezza che nasce dalla diversità in tutti i settori. A febbraio, in occasione della partita di campionato tra AC Milan e Atalanta, BMW Italia aveva lanciato un messaggio forte per prendere posizione contro gli episodi di razzismo avvenuti in tanti stadi in tutta Europa, Italia inclusa.

In occasione della partita finale, che ha segnato la conclusione del progetto BMW in Tour 2023/2024, il progetto "+Diversity is More" ha sottolineato come il linguaggio della differenza sia quello che porta ricchezza e come l'inclusione sociale sia la chiave per costruire società migliori.

La partita, disputata tra alcuni collaboratori delle 11 concessionarie BMW che hanno aderito al progetto e atleti con disabilità della Onlus Insuperabili, ha dimostrato come si possano superare e abbattere le barriere e promuovere la cultura dell'inclusione.

Il progetto

Le tappe di BMW IN TOUR si è svolto in 11 città coinvolgendo 11 concessionari:

1. Genova, Concessionaria Autobi
2. Torino, Concessionaria BiAuto
3. Milano, Concessionaria AutoVanti
4. Bergamo, Concessionaria Lario Bergauto
5. Verona, Concessionaria Fimauto
6. Chioggia, Concessionaria Ceccato Motors
7. Siracusa, Concessionaria AD Pugliese
8. Parabita, Concessionaria Emmeauto
9. Roma, Concessionaria BMW Roma
10. Firenze, Concessionaria Brandini
11. Caserta, Concessionaria M.Car

SpecialMente: il progetto di CSR di BMW Group 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 Group 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 oltre 3 milioni di 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.

A.C.I.B. (Associazione Concessionari Italiani BMW)

Il 4 dicembre 1974, è stata costituita l'associazione denominata A.C.I.B. (Associazione Concessionari Italiani BMW) con lo scopo di difendere i diritti dei concessionari con una gestione trasparente, corretta ed efficace.

L'attività svolta negli anni dall'Associazione ha sicuramente inciso profondamente nei rapporti con la Casa Mandante in termini di politica commerciale, di trattamento economico e su tutte le attività inerenti al buon funzionamento delle concessionarie italiane.

Nel corso degli anni l'associazione si è dotata di una solida struttura organizzativa composta da un Presidente, un Vicepresidente, un Consiglio Direttivo, un Segretario Generale e da molteplici Commissioni di Lavoro che si interfacciano con i vari reparti di BMW Italia e da una segreteria organizzativa, che coordina le varie attività associative, gestita dalla società Kuen Service Consulting con sede a San Pietro in Cariano (Verona).

Insuperabili

La Onlus Insuperabili, insieme ad una squadra di Testimonial capitanati da Giorgio Chiellini, promuove le Scuole Calcio Insuperabili, volte a ragazzi con disabilità cognitivo, relazionale, affettivo emotiva, comportamentale, fisica, motoria e sensoriale. Il Progetto nasce a Torino nel settembre del 2012, prendendo ispirazione dal modello inglese Football For Disabled. In questo momento, ci sono diciassette sedi Insuperabili in Italia, per un totale di oltre 650 atleti.



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 comprende oltre 30 stabilimenti di produzione nel mondo ed ha una rete di vendita globale in più di 140 Paesi.

Nel 2023, il BMW Group ha venduto oltre 2,55 milioni di automobili e più di 209.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2023 è stato di 17,1 miliardi di euro con un fatturato di 155,5 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2023, il BMW Group contava un organico di 154.950 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento alla produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 850 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/>