

Comunicato stampa
16 dicembre 2025

"Make Life An Inclusive Ride" – I Bambini delle Fate in Indonesia. Presentato presso la House of BMW Italia il cortometraggio realizzato con la collaborazione di Scuola Holden



+++ Franco e Andrea Antonello hanno attraversato l'Indonesia a bordo di una BMW R 1300 GS +++ BMW Motorrad per la sesta volta ha supportato i viaggi di Franco e Andrea +++

San Donato Milanese. BMW Motorrad e I Bambini delle Fate hanno celebrato il sesto viaggio insieme con un filmato realizzato da Scuola Holden sulla base del girato fatto da Franco e Andrea in Indonesia.

"Sono molto più consapevole di mio ruolo e tengo molto a dire che Indonesia mi ha aiutato a dentro me esplorare nuove possibilità. Meraviglia mi pervade a ogni viaggio e voglio ringraziare BMW e mia

BMW Motorrad

Corporate Communications

famiglia grande di follower”, ha dichiarato Andrea, con il supporto della scrittura facilitata per l'autismo.

Questo messaggio racchiude un significato profondo, dimostrando come i ragazzi con autismo, spesso percepiti come isolati, affrontino un reale problema di comunicazione che impedisce loro di esprimere appieno ciò che provano. In questo contesto, l'esperienza diretta si rivela un elemento fondamentale e trasformativo.

Il riferimento alla comunità di follower è altrettanto significativo: è grazie a loro, che sui canali social raggiungono oltre un milione e mezzo di persone, che i viaggi di Franco e Andrea possono essere condivisi e veicolare con forza il progetto “I Bambini delle Fate”.

Il viaggio in Indonesia ha rappresentato un'opportunità unica per Franco e Andrea di vivere nuove emozioni legate all'avventura in moto, rafforzando un legame profondo tra padre e figlio. Affrontando insieme le sfide, hanno celebrato l'importanza dell'esperienza reale per i ragazzi autistici, dimostrando che nulla è impossibile. Questo messaggio di inclusione sociale è uno degli obiettivi principali del loro percorso, e BMW Motorrad è orgogliosa di sostenere e diffondere questa causa.

I due protagonisti hanno viaggiato a bordo di una BMW R 1300 GS, grazie al supporto dell'importatore BMW Motorrad locale e di BMW Indonesia. Il viaggio, durato 30 giorni nell'estate 2025, ha avuto partenza e rientro a Giacarta, toccando le isole di Bali e Sumba per un totale di circa 3.000 chilometri. Scuola Holden ha realizzato un cortometraggio che documenta questa straordinaria esperienza.

Ripercorriamo il loro viaggio con alcuni dei pensieri che hanno pubblicato durante il viaggio.

Il segreto di Franco e Andrea:

“Puntare sempre al proprio dieci: questo è il segreto. Nasciamo da parti diverse della strada, con opportunità, culture e risorse differenti. Ma l'importante è dare sempre il massimo, in ogni situazione, per raggiungere il proprio dieci. Prima per sé stessi, ma soprattutto per gli altri”.

BMW Motorrad

Corporate Communications

Da Giacarta a Bali

"Abbiamo percorso 1.200 km su strade strette, super trafficate e affollate di persone ad ogni metro. Auto e camion spesso bloccati in lunghe colonne, a volte ferme, rendendo impossibile anche il passaggio in moto. Per ogni auto, ci sono almeno 50 motorini che sfrecciano freneticamente a destra e a sinistra, senza sosta. Le persone, però, sono tutte sorridenti, gioiose e molto accoglienti. Qui non sono abituati ai turisti, eppure tutti ci salutano calorosamente mentre passiamo".

L'arrivo a Bali

"A Bali circolano circa 5 milioni di scooter, il traffico è caotico a ogni ora del giorno e la vita molto intensa. Si guida a sinistra e le rotonde si affrontano in senso inverso rispetto a quanto siamo abituati. Pochi si spostano a piedi, così i marciapiedi sono spesso invasi da motorini che sfrecciano senza regole. La sera, al tramonto, si gusta pesce grigliato sulla spiaggia, in chioschi e bar che si susseguono per chilometri. Le spiagge sono incantevoli, l'oceano imponente con onde giganti che trascinano chiunque dove vogliono loro. Sono momenti intensi per me e Andrea. Appena si lascia la città, nelle campagne e nei piccoli paesi, tutto diventa incantato, mistico, rurale e popolare. Risaie spettacolari si estendono ovunque, grandi o piccole che siano, e in ogni via di quartiere si trova un tempio. Gli indonesiani sono meravigliosamente gentili, sorridenti e ospitali, e ci salutano con le mani giunte davanti al petto, sia quando li incontriamo sia quando ci congediamo. Uno spettacolo di cultura che io e Andrea assorbiamo con stupore".

L'isola di Sumba

"Qui siamo stati accolti in un luogo incontaminato dal superfluo, senza alcun segno di delinquenza. Le persone si vogliono bene, si aiutano e condividono le giornate in un'armonia che non vedevo da tempo. Abbiamo potuto toccare con mano che gentilezza, sorrisi, affetto reciproco e il rifiuto dei falsi miti sono i veri segreti per vivere bene".

BMW Motorrad

Corporate Communications

BMW Motorrad con I Bambini delle Fate

Con il motto "Make Life An Inclusive Ride", BMW Motorrad Italia rinnova il suo impegno verso l'inclusione sociale, sostenendo l'iniziativa di Franco Antonello, fondatore del progetto "I Bambini delle Fate" che offre supporto ai bambini autistici e alle loro famiglie. Questo progetto fa parte del programma di responsabilità sociale promosso da BMW Italia e documentato su [Specialmente.bmw.it](https://www.specialmente.bmw.it).

"Siamo estremamente orgogliosi di aver supportato Franco e Andrea per il loro sesto viaggio in sella a una moto BMW. L'inclusione sociale è un tema a cui teniamo profondamente e fa parte del nostro impegno nella responsabilità sociale d'impresa. La moto, simbolo di comunità e avventura, incarna perfettamente questo spirito: i motociclisti si uniscono in una comunità che vive il viaggio come stile di vita, creando legami attraverso emozioni e gesti semplici. La nostra visione si allinea pienamente con il progetto 'I Bambini delle Fate', fondendo responsabilità sociale ed essenza del motociclismo", ha dichiarato Alessandro Salimbeni, Direttore di BMW Motorrad Italia.

Un nuovo progetto per il 2026

In occasione della presentazione del cortometraggio realizzato da Scuola Holden, Franco e "I Bambini delle Fate" hanno annunciato in anteprima un nuovo progetto letterario rivolto ai ragazzi nello spettro autistico, in collaborazione con "La Nave di Teseo", "Io sono una persona per bene" e "Sull'isola che non c'era".

L'iniziativa nasce per dare voce ai giovani autistici attraverso i loro stessi scritti, trasformando le loro storie in occasioni di incontro, conoscenza e ascolto su un'isola simbolica dove tutti si sentono accolti e liberi di esprimersi.

L'obiettivo è valorizzare queste narrazioni, unendo cultura e responsabilità sociale per lasciare un segno concreto nel territorio, portando inclusione in festival, scuole e altri spazi della comunità.

BMW Motorrad

Corporate Communications

Tra i circa trenta lavori che saranno presentati, due verranno pubblicati in occasione del Salone del Libro di Torino 2026 grazie alla collaborazione con La Nave di Teseo.

Il progetto è promosso da "I Bambini delle Fate" e "Io sono una persona per bene", due realtà unite dall'obiettivo di costruire quell'isola che mancava, rendendola concreta e viva come spazio di inclusione, crescita e dialogo.

BMW Motorrad e SpecialMente si impegnano a dare visibilità ai migliori lavori che saranno pubblicati anche attraverso altre forme di comunicazione.

SpecialMente - [#drivenbypeople](#): il progetto di CSR di BMW Group Italia.

BMW Italia, filiale italiana di BMW AG, ha sviluppato un programma integrato di Corporate Citizenship denominato SpecialMente ([#drivenbypeople](#)) che ha come pilastri fondamentali cultura, inclusione sociale, dialogo interculturale, promozione dei giovani talenti. 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 Citizenship di BMW Italia si possono trovare sul sito www.specialmente.bmw.it.

BMW Motorrad

Corporate Communications

Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin

PR & Communication BMW Motorrad

Telefono: +39 0251610308

E-mail: alessandro.toffanin@bmw.it

Sito web dei media: 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 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 2024, il BMW Group ha venduto oltre 2,45 milioni di automobili e più di 210.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2024 è stato di 11,0 miliardi di euro con un fatturato di 142,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2024, il BMW Group contava un organico di 159.104 dipendenti.

Il successo economico del BMW Group si fonda da sempre su una visione a lungo termine e su un'azione responsabile. La sostenibilità è un elemento centrale della strategia aziendale del Gruppo e interessa ogni fase del ciclo di vita dei prodotti, dalla catena di approvvigionamento alla produzione, fino al termine della loro vita utile.

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/>