

Comunicato stampa
25 maggio 2026

BMW Motorrad e I Bambini delle Fate scrivono un altro capitolo della loro collaborazione con un progetto letterario per autori nello spettro autistico



Ha debuttato al Salone di Torino il libro "Caregiver Motherf*cker!", scritto da Lorenzo Clemente e Yuri Tuci e edito da La nave di Teseo, nato dal progetto dell'Associazione "Io sono una persona per bene".

San Donato Milanese. BMW Motorrad rinnova il proprio impegno nel sociale e annuncia il sostegno a "Sull'Isola che non c'era". La nuova collana editoriale, ideata dall'Associazione "Io sono una persona per bene" in collaborazione con "I Bambini delle Fate", nasce per dare voce al mondo interiore dei ragazzi nello spettro autistico attraverso la scrittura. Questa iniziativa consolida un legame ultradecennale di condivisione e responsabilità sociale. Il progetto si inserisce stabilmente in "SpecialMente", il programma di inclusione attraverso cui la filiale italiana del BMW Group promuove attivamente la cultura, l'integrazione e la solidarietà.

BMW Motorrad

Corporate Communications

La collana nasce dall'incontro tra Franco Antonello, fondatore con il figlio Andrea de "I Bambini delle Fate", e Sauro Pellerucci, fondatore di "Io Sono Una Persona Per Bene", associazione attiva nella promozione di modelli positivi di condotta civile. Al loro fianco partecipa la casa editrice La nave di Teseo, guidata da Elisabetta Sgarbi, che pubblicherà i volumi scritti direttamente da giovani nello spettro autistico, offrendo loro una piattaforma espressiva professionale.

Il debutto ufficiale è avvenuto il 14 maggio presso la Sala Azzurra del Lingotto Fiere, in occasione del Salone Internazionale del Libro di Torino. Durante l'evento, Franco Antonello ha illustrato l'agenda delle attività e presentato in anteprima il primo volume del progetto, intitolato "Caregiver Motherf*cker!", firmato dagli autori Lorenzo Clemente e Yuri Tuci.

Il progetto "Sull'Isola Che Non C'era" si configura come un vero e proprio ecosistema culturale e sociale. L'obiettivo è creare un'isola simbolica di inclusione, crescita e ascolto, capace di trasformare l'atto della scrittura in uno strumento concreto di relazione, creatività e affermazione personale. Attraverso la parola scritta, gli autori possono esprimere la propria interiorità e condividerla pubblicamente in festival, scuole, librerie e spazi aziendali, operando come scrittori a tutti gli effetti.

L'iniziativa editoriale, oltre al contributo di BMW Motorrad, vede il supporto di Banca Ifis e Grande Brera, unitamente a diverse realtà locali e al significativo lascito testamentario della cittadina veronese Caterina Iussi a favore de "I Bambini delle Fate".

"Il legame che unisce BMW Motorrad a "I Bambini delle Fate" va ben oltre la semplice partnership, fondandosi su una profonda condivisione di valori e visioni. Sostenere il progetto "Sull'Isola che non c'era" significa credere nel potere della letteratura e della creatività di questi giovani autori, che oggi debutano a pieno titolo nel panorama culturale italiano grazie anche al supporto di La nave di Teseo. Da oltre 10 anni facciamo viaggi su due ruote con Franco e Andrea e non potevamo non essere parte di questo viaggio letterario che trasmette ed esprime valori altrettanto forti, con la forte

BMW Motorrad

Corporate Communications

determinazione di cambiare la prospettiva di questo mondo e di questi ragazzi”, ha dichiarato Roberto Olivi, Direttore delle Relazioni Istituzionali e Comunicazione di BMW Italia.

SpecialMente - #drivenbypeople: il progetto di creazione di valore sociale di BMW Group Italia ispirato ad Alex Zanardi

BMW Italia, filiale italiana di BMW AG, ha sviluppato un programma integrato di Corporate Citizenship denominato SpecialMente (#drivenbypeople) e ispirato ai valori insegnati da Alex Zanardi, che ha come pilastri fondamentali quello dell'inclusione, quello dell'educazione delle future generazioni, quello della leadership responsabile per un futuro sostenibile, quello della cultura e dello sport per un mondo più unito. 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 specialmente.bmw.it

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

BMW Motorrad

Corporate Communications

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 2025, il BMW Group ha venduto oltre 2,46 milioni di automobili e più di 202.500 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2025 è stato di 10,2 miliardi di euro con un fatturato di 133,4 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2025, il BMW Group contava un organico di 154.540 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>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>