



Comunicato stampa
26 ottobre 2026

**BMW Group Italia e Pierfrancesco Favino lanciano
"Cambiamo Prospettiva", la nuova serie di storytelling
sociale di SpecialMente**

In occasione del World Pasta Day ha debuttato il primo capitolo di "Cambiamo Prospettiva", la serie di racconti dedicata ai progetti sostenuti dal programma di responsabilità sociale del Gruppo BMW in Italia sviluppata insieme a M+C Saatchi Group Europe e Utopia. Protagonista il progetto Il Tortellante, con un cameo di Massimo Bottura.

San Donato Milanese. In occasione del World Pasta Day del 25 Ottobre, BMW Group Italia presenta "Cambiamo Prospettiva", il primo filmato della nuova piattaforma narrativa di SpecialMente, il programma di Corporate Citizenship di BMW Italia che da oltre tredici anni promuove progetti capaci di generare impatto sociale nei campi dell'inclusione, dell'educazione, della cultura, dello sport e della leadership responsabile.

Il filmato, con strategia e creatività di M+C Saatchi Group Europe ed execution di Utopia, disponibile sul canale YouTube e sui profili social del Gruppo BMW in Italia, inaugura una serie di contenuti destinati a raccontare le storie, le persone e le organizzazioni che ogni giorno contribuiscono a trasformare l'inclusione in una realtà concreta.

Il progetto nasce infatti con l'obiettivo di rendere SpecialMente sempre più riconoscibile e rilevante, valorizzando attraverso un linguaggio contemporaneo l'impegno sociale sviluppato dall'azienda insieme ai propri partner.

In questo senso, la narrazione parte sempre da gesti comuni: mangiare i tortellini, giocare a pallone, sciare, andare in motocicletta, giocare a bocce. Gesti che facciamo tutti e che ci mettono immediatamente sullo stesso piano. Gesti che naturalmente includono e non creano barriere.

L'inclusione, infatti, non è far entrare le persone nel sistema. È cambiare il sistema perché funzioni per tutti. In questo senso, SpecialMente propone

un cambio di prospettiva. Perché non è solo un progetto, ma una visione del futuro. Perché chi ha dovuto reinventare ogni giorno la propria vita è più allenato al cambiamento. Più capace di adattarsi. Più pronto a costruire il futuro.

"Sin dall'inizio – ha dichiarato **Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia** – SpecialMente è nato per spostare lo sguardo, per cambiare prospettiva. Non per dare lezioni, ma per costruire insieme una società diversa, fondata sui bisogni di tutti, non adattata. Perché davanti a ogni ostacolo abbiamo due scelte: fermarci oppure osare".

"E noi – ha proseguito Solero – guidati da **Alex Zanardi**, che è sempre stato l'ispiratore del nostro approccio, scegliamo di osare, trasformando le barriere in nuovi orizzonti. La lezione del talento residuo di Alex, in fondo, è tutta qui: non rimpiangere ciò che si è perso o che manca, ma pensare a cosa si può fare con quello che abbiamo. E guardare ad ogni essere umano in quanto tale".

Protagonista del primo episodio di questo nuovo percorso è **Il Tortellante**, il laboratorio terapeutico e formativo di Modena che offre a ragazzi e ragazze opportunità di crescita, autonomia e inserimento sociale attraverso l'antica arte della pasta fatta a mano. Una realtà che rappresenta in modo esemplare il concetto di inclusione promosso da SpecialMente: mettere al centro talenti, competenze e possibilità, superando stereotipi e barriere culturali.

A guidare il racconto è **Pierfrancesco Favino**, Brand Voice di BMW Italia e da tempo vicino alle iniziative di SpecialMente. Nel film, Favino entra nel laboratorio del Tortellante con l'atteggiamento di chi desidera imparare e lasciarsi sorprendere. Attraverso la metafora della preparazione del tortellino, accompagna il pubblico in una riflessione sul significato più autentico dell'inclusione: non adattare le persone a un sistema esistente, ma contribuire a costruire un sistema capace di funzionare per tutti.

La narrazione si sviluppa attraverso gesti semplici, competenze quotidiane e relazioni autentiche, fino al ribaltamento finale che dà forma al concept creativo "**Cambiamo Prospettiva**", destinato a diventare il filo conduttore della futura comunicazione di SpecialMente. Il messaggio è chiaro: l'inclusione non è assistenza, ma capacità di generare valore, autonomia e nuove opportunità per l'intera comunità.

A chiudere il racconto, con un breve cameo, è **Massimo Bottura**, sostenitore storico del Tortellante e punto di riferimento internazionale per una cucina capace di generare valore: il cibo è un gesto d'amore per Bottura. La sua presenza rafforza il legame tra il progetto e il territorio

modenese, contribuendo ad amplificarne la visibilità e il messaggio culturale.

Roberto Olivi, Direttore Comunicazione e Relazioni Istituzionali di BMW Italia, ha dichiarato: "Con questo film inauguriamo una nuova fase di SpecialMente. Vogliamo raccontare storie capaci di cambiare il punto di vista delle persone e mostrare come l'inclusione possa diventare una forza concreta di trasformazione sociale. Il Tortellante rappresenta perfettamente questa visione: un progetto che mette al centro competenze, autonomia e partecipazione, contribuendo ogni giorno a costruire una società più aperta e accessibile".

"Il film dedicato al Tortellante – ha dichiarato Olivi – è il primo capitolo di una più ampia serie editoriale che vedrà SpecialMente raccontare altre iniziative sostenute dal programma, con l'obiettivo di rendere sempre più visibile il contributo che imprese, associazioni e comunità possono offrire nella costruzione di una società inclusiva".

Il backstage e i contenuti social

Ad accompagnare il film sarà inoltre un contenuto di approfondimento realizzato in formato backstage, concepito per raccontare in modo ancora più diretto la realtà del Tortellante e il significato del sostegno offerto da SpecialMente. Attraverso interviste e testimonianze, il pubblico potrà conoscere più da vicino le storie, le persone e le competenze che ogni giorno contribuiscono a trasformare un progetto di inclusione in una concreta opportunità di crescita personale e professionale.

Tra le voci protagoniste del backstage figurano Pierfrancesco Favino, Brand Voice di BMW Italia, Massimo Bottura, sostenitore storico dell'iniziativa, **Erika Coppelli, Presidente e fondatrice del Tortellante**, e Roberto Olivi, Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione di BMW Group Italia, insieme ai tutor, ai volontari e ai ragazzi che animano quotidianamente il laboratorio. Le interviste offriranno uno sguardo autentico sul percorso di crescita e autonomia promosso dal progetto, evidenziando il valore delle relazioni, della formazione e del lavoro come strumenti concreti di inclusione.

A raccontare la genesi e la missione del Tortellante sarà in particolare Erika Coppelli, che nel backstage ripercorre la nascita dell'associazione e il percorso che ha portato il progetto a diventare una delle più significative esperienze italiane di inclusione sociale attraverso il lavoro e la valorizzazione delle competenze.



Il film e il relativo backstage sono disponibili sui canali YouTube e LinkedIn di BMW Group Italia e attraverso l'ecosistema social del Gruppo, e questo sarà il punto di avvio di una serie editoriale destinata a raccontare nel tempo i progetti e le persone che contribuiscono a costruire l'impegno sociale di SpecialMente.

La realizzazione di "Cambiamo Prospettiva" è frutto di un percorso di co-creazione tra BMW Group Italia e M+C Saatchi Group Europe, che ne ha curato la visione strategica e il concept creativo fin dalle prime fasi, e ha preso forma grazie a Utopia, che ha seguito e realizzato l'intera execution del film.

La collaborazione con M+C Saatchi e Utopia rappresenta un esempio concreto di come la condivisione di valori possa tradursi in progettualità comuni. Attraverso un percorso di co-creazione che ha coinvolto strategia, creatività ed execution, i partner hanno scelto di contribuire direttamente alla realizzazione dell'iniziativa, affiancando BMW Group Italia nella volontà di rendere sempre più visibili le storie e le persone che animano il programma SpecialMente.

"La collaborazione con BMW Group Italia e SpecialMente nasce da una visione condivisa del ruolo che i brand possono avere nella società e da un impegno sociale che sentiamo anche nostro. Scegliere il World Pasta Day per raccontare Il Tortellante significa dare un significato nuovo a uno dei simboli più autentici della nostra tradizione: il tortellino diventa molto più di un simbolo della cultura italiana, uno strumento capace di unire le persone e creare comunità. È un progetto costruito insieme, grazie al contributo e alla passione di tante persone. Con questo stesso spirito abbiamo messo la nostra creatività al servizio di questa storia, contribuendo a darle voce e a raccontarne il valore. Siamo davvero orgogliosi di esserne parte", ha dichiarato **Barbara Pusca, Co-CEO Italia e Head of Advertising Europe di M+C Saatchi Group Europe.**

"Lavorare con Pierfrancesco Favino, Massimo Bottura e una squadra di questo calibro per raccontare Il Tortellante è stato emozionante. Sul set, l'incontro con i ragazzi, gli educatori e i volontari dell'associazione è stato un privilegio che ha dato un significato ancora più profondo alla realizzazione del progetto: abbiamo potuto conoscere da vicino le persone che ogni giorno rendono possibile questa realtà e portare nel film la loro energia", ha commentato **Vincenzo Gasbarro, Director del film e Founder di Utopia.**

Cambiamo Prospettiva è visibile sui canali You Tube e Instagram del Gruppo BMW Italia:

[Video 1 - Cambiamo Prospettiva | Il Tortellante – SpecialMente](#)

[Video 2 - Cambiamo Prospettiva | Il Tortellante – Backstage](#)

SpecialMente – inspired by Alex Zanardi (www.specialmente.bmw.it)

SpecialMente è il programma di Corporate Citizenship di BMW Group Italia. Attraverso un ecosistema di iniziative dedicate a inclusione, educazione, cultura, sport e leadership responsabile, promuove progetti capaci di valorizzare il talento delle persone e generare un impatto positivo e duraturo nelle comunità.

Il Tortellante

Nato a Modena nel 2016, Il Tortellante è un laboratorio terapeutico-abilitativo che coinvolge giovani e adulti nello sviluppo di competenze professionali e relazionali attraverso la produzione artigianale del tortellino modenese. Grazie al contributo di educatori, volontari e delle tradizionali "rezdore" modenesi, il progetto promuove percorsi di autonomia, inclusione sociale e inserimento lavorativo, valorizzando talenti e capacità individuali attraverso il lavoro e la condivisione. Il Tortellante è oggi riconosciuto come una delle più significative esperienze italiane di inclusione attraverso la formazione e la cultura del fare.

Per maggiori informazioni: [Il Tortellante](#)

CREDITS

Agenzia creativa: M+C Saatchi Group Europe

- Co-CEO Italy & Head of Advertising EU: Barbara Pusca
- Associate Creative Directors: Sara De Carli, Pietro Cattaneo
- Copywriter: Nicola Prizio
- Senior Strategist: Morea Charlton
- Account Executive: Andrea Pironi

Production: Utopia Milano

- Director & Founder Utopia: Vincenzo Gasbarro
- CEO Utopia: Francesco Di Trani
- Senior Producer: Marco Oriani
- Producer: Michela Luè
- DoP: Gabriele Sossella
- 1AD: Lorenzo Bottini
- Set Designer: Chiara Marazzi

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

- MUA: Eleonora Volpi
- Sarta: Anna Andrea Bonetti
- Editor: Elia Bersani
- Colorist: Giorgia Ripa
- Post Supervisor: Eugenia Maria Ferrario
- BTS Operator: Lorenzo Pellicani

Partner Tecnico: Moviechrome

Per ulteriori informazioni:

Francesca Capurro

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 02.51610.011

E-mail: francesca.capurro@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.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 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>

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

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

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

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