**Un Natale di solidarietà
Kia e Fondazione Cariplo insieme per aiutare la didattica a distanza**

**Finanziato l’acquisto di device a favore dei bambini meno fortunati**

**-Kia Italia ha deciso di sostenere il Programma QuBì, promosso da Fondazione Cariplo, finanziando l'acquisto di dispositivi per la didattica a distanza a favore dei minori delle famiglie più fragili della città di Milano.**

**Dicembre 2020 –** Kia Motors Italia in occasione del Santo Natale, in un anno difficile segnato dalla pandemia da Covid-19, ha deciso di sostenere il Programma QuBì, promosso da Fondazione Cariplo, finanziando l'acquisto di dispositivi per la didattica a distanza a favore dei minori delle famiglie più fragili della città di Milano.

QuBì è un programma pluriennale contro la povertà infantile che coinvolge la città di Milano nel suo complesso: aziende, istituzioni e singoli cittadini, chiamati a realizzare una un “patto cittadino” che permetta di dare risposte concrete alle famiglie in difficoltà e creare percorsi di fuoriuscita dal bisogno.

All’inizio dell’emergenza Covid-19, lo scorso marzo, le 23 Reti di “Programma QuBì – La ricetta contro la povertà infantile” si sono attivate a sostegno delle famiglie colpite più duramente dal lockdown, contribuendo a garantire cibo con consegna settimanale a oltre 6.000 famiglie.

Sin da subito, però, è parso evidente quanto la povertà per le famiglie con figli non fosse solo una questione alimentare. Molti bambini e ragazzi delle famiglie più fragili non avevano accesso agli strumenti digitali, indispensabili per partecipare alle lezioni che insegnanti e dirigenti scolastici cercavano – giorno per giorno – di ripensare su piattaforme on line. Per intervenire efficacemente sul divario digitale in cui si è ritrovata una quota considerevole dei minori di Milano, Programma QuBì ha messo in campo uno stanziamento straordinario e ha chiesto collaborazioni per sperimentare una innovativa “filiera sociale” di recupero e distribuzione di pc e tablet nuovi e da ricondizionare, installare adeguati software dotati di parental control così da mettere a disposizione delle famiglie meno fortunate un accesso sicuro alla rete internet. Perché avere bambini e ragazzi che faticano a vivere il presente e che, ancor di più, vedono compromesso il loro futuro non è accettabile. Kia Motors Italia si è pertanto impegnata nel contribuire efficacemente a ridurre tali situazioni di disagio sociale, prodigandosi nel far arrivare a queste famiglie gli strumenti indispensabili per contrastare l’emarginazione, in un momento storico dove la didattica a distanza ha assunto un ruolo dominante.

“Per noi è un onore poter partecipare a un’iniziativa così nobile in un periodo tanto delicato dell’anno come il Natale – spiega Giuseppe Bitti Amministratore Delegato di Kia Motors Company Italy – Kia quest’anno è stata molto attiva sul piano della solidarietà per fronteggiare i disagi dettati dalla pandemia e il sostegno al progetto della Fondazione ne è la prova. Con questa iniziativa speriamo di portare un aiuto concreto dove c’è bisogno grazie alla collaborazione di realtà virtuose del territorio milanese”.

Il percorso che ha consentito l’arrivo dei device di Kia Motors Italia a QuBì è passato attraverso la collaborazione con la Fondazione di Comunità Milano dove si trova il Fondo di Programma QuBì, che si attiva per le differenti azioni di fundraising destinate a ridurre il fenomeno della povertà infantile a Milano (alimentare, digitale, educativa).

Kia Motors Italia non poteva esimersi dal partecipare, nota la sua collocazione e il suo forte legame con la città meneghina ma, soprattutto, per il suo impegno di lunga tradizione nel sociale. L’iniziativa va, infatti, ad incrementare la lunga serie di progetti di CSR (Corporate Social Responsibility) che Kia Motors Italia sostiene attivamente da sempre.

La filiale italiana con sede a Milano di Kia Motors ha quindi optato per un’azione concreta per questo Natale, a favore di chi ne ha più bisogno, all’insegna di un domani che sia davvero migliore per tutti.

**Kia Motors Corporation**
*Fondata nel maggio del 1944, Kia Motors Corporation (www.kia.com) è stato il primo produttore di autoveicoli in Corea. Oggi Kia vende oltre 3 milioni di veicoli l'anno in 190 Paesi, con oltre 52.000 dipendenti in tutto il mondo, ricavi annui superiori a 49 miliardi di dollari e stabilimenti produttivi in 5 Paesi. Kia è Main sponsor dell'Australian Open, Official automotive partner della FIFA, Partner ufficiale della UEFA Europa League. Lo slogan del brand, "The Power to Surprise", rappresenta l’impegno globale di Kia nel sorprendere il mondo, con prodotti che riflettono l’approccio entusiasmante e stimolante, in grado di offrire un’esperienza oltre le aspettative.*

**Per informazioni:**

Francesco Cremonesi – PR Assistant Manager: +39 3351207396; +390233482180

francesco.cremonesi@kia.it

Cristina Nichifor – PR Specialist: +39 02 33482 183; +39 366 6327001 cristina.nichifor@kia.it