



Comunicato stampa  
06 aprile 2022

## **BMW e Olimpia Milano celebrano dieci anni di partnership**

Presso la House of BMW nel centro di Milano, BMW Italia e Olimpia Milano hanno celebrato il decennale della partnership con un incontro con i media e successivamente con alcune squadre giovanili di Milano e provincia. Protagonisti Massimiliano Di Silvestre, Christos Stavropoulos, Giampaolo Ricci, Paul Biligha e Davide Alviti

**Milano.** Il legame tra BMW Italia e Olimpia Milano festeggia quest'anno il decimo anno di partnership. Un legame profondo e duraturo con una realtà sportiva che rappresenta un'eccellenza sportiva non solo della città ma dell'intero Paese. Una storia straordinaria, quella di Olimpia Milano, iniziata esattamente vent'anni dopo la nascita di BMW (1916 per BMW AG, 1936 per le scarpette rosse) e che ha visto le due realtà già in passato celebrare momenti molto significativi insieme, come nel 2016 quando BMW Group ha festeggiato 100 anni di storia e l'Olimpia i suoi 80 anni.

Nella House of BMW nel centro di Milano, BMW e Olimpia Milano hanno incontrato i media italiani per raccontare il lungo percorso fatto insieme, segnato da tanti successi e soddisfazioni. Protagonisti dell'incontro Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia, Christos Stavropoulos, General Manager di Olimpia Milano, e Giampaolo Ricci.

Successivamente, una rappresentanza di giovani atleti delle principali squadre di Milano e provincia ha avuto l'opportunità di dialogare con Paul Biligha e Davide Alviti, intervistati da Massimiliano Finazzer Flory, regista, attore, scrittore ma soprattutto grande appassionato di basket e tifoso dell'Olimpia Milano.

Il rapporto di collaborazione tra BMW e Olimpia Milano prevede sia una partnership commerciale che include attività di promozione di nuovi modelli, con una particolare attenzione alle vetture elettrificate, sia attività di relazione con i clienti, sia la fornitura di una flotta di vetture BMW X3 per la mobilità di giocatori e staff.

“Ci sono tanti valori che ci uniscono al mondo del basket – ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre**, Presidente e Amministratore Delegato di



BMW Italia – come apprezzare il “fare fatica”, rispettare la disciplina, soffrire, allenarsi assieme per raggiungere un obiettivo; rispettare gli impegni presi; rispettare le regole, i compagni, gli avversari, l’arbitro, il pubblico. Noi, come BMW Italia ci riconosciamo appieno in questi valori. Perché per noi la passione, il lavoro di squadra, lo stile, il rispetto e la voglia di superarci fa parte del nostro modo di lavorare e di operare sul mercato e nella società. Ma siamo uniti soprattutto dalla visione del futuro”.

**Christos Stavropoulos:** “Il rapporto dell’Olimpia Milano con BMW va avanti da 10 anni: non c’è miglior modo per descrivere quanto questo matrimonio sia felice per ambedue le parti. Noi e BMW condividiamo gli stessi valori e le stesse ambizioni, tra noi c’è sempre stata grande intesa su come promuovere i valori e come raggiungere i nostri obiettivi. Inoltre, come club siamo particolarmente sensibili al tema della sicurezza dei nostri tesserati. La presenza di un partner come BMW che ci tuteli sotto questo aspetto, è motivo di tranquillità. In questi anni infine abbiamo anche scoperto un compagno di viaggio animato da grande passione per l’Olimpia e per la città di Milano”.

“Il BMW Group esiste - ha proseguito Di Silvestre - perché ha l’ambizione di muovere il corpo, il cuore e la mente. Stiamo vivendo un periodo di profonda trasformazione e stiamo giocando un nuovo campionato con competitor tradizionali ma anche con molti nuovi. E vogliamo continuare ad essere protagonisti. Noi abbiamo degli obiettivi di sostenibilità e circolarità. La “tripla doppia” a cui puntiamo è 80-50-20, che per noi non è il risultato in doppia cifra in termini di punti-rimbalzi-assist come nel basket, ma sono numeri altrettanto importanti. Sono i numeri che dicono di quanto vogliamo ridurre le emissioni entro il 2030. Intendiamo infatti ridurre le emissioni dell’80% in fase di produzione, del 50% nell’utilizzo dei veicoli e del 20% nella supply chain”.

“E lo faremo - ha concluso Di Silvestre - come l’Olimpia, attraverso il lavoro di squadra. Attraverso l’impegno di tutti i collaboratori della nostra azienda e i nostri partner concessionari. Perché come in ogni vittoria finale, conta il lavoro di tutti. È necessario il contributo di ciascuno, fino all’ultimo secondo. Fino a quando suona la sirena. Essere a fianco dell’Olimpia da dieci anni, testimonia questa volontà di essere sempre protagonisti, di voler mirare a grandi traguardi e di essere determinati a raggiungerli. Insieme!”



Per ulteriori informazioni:

**Roberto Olivi**

Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione

E-mail: [roberto.olivi@bmw.it](mailto:roberto.olivi@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://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 gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di Euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo 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 attraverso la 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 800 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](http://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/>