



Comunicato stampa
23 febbraio 2024

“+ Diversity is More” la campagna di BMW Italia in collaborazione con AC Milan per promuovere la cultura della diversità e dell’inclusione sociale.

L’iniziativa verrà presentata in occasione della partita di campionato AC Milan – Atalanta del 25 febbraio 2024.

BMW Italia in collaborazione con AC Milan lancia la campagna “+ Diversity is More”, un progetto nato per promuovere la cultura della diversità e dell’inclusione sociale, valori che fanno parte del DNA delle due società.

L’iniziativa, che verrà presentata in anteprima durante la partita di campionato Milan – Atalanta del prossimo 25 febbraio, nasce anche come presa di posizione forte e costruttiva a seguito dei recenti episodi di intolleranza che si sono verificati in alcuni stadi a livello internazionale.

Il simbolo della campagna è costituito dagli indici di due mani che si incrociano per formare il segno “+”, creando un’iconografia forte che verrà utilizzata in tutti i materiali di comunicazione e accompagnerà il claim “+ Diversity is More”. Questo concetto verrà declinato in differenti modi, quali ad esempio, “More Beauty, More Perspectives, More Ideas, More Love” proprio ad indicare la ricchezza che nasce dalla diversità in tutti i settori.

Durante la partita del 25 febbraio saranno diverse le iniziative che verranno attivate per lanciare la campagna di comunicazione. Innanzitutto lo speaker dello stadio spiegherà il significato del progetto di inclusione congiunto di BMW Italia e AC Milan.

Tutti i LED dello stadio destinati a BMW (in qualità di match sponsor della partita) verranno dedicati alla campagna di comunicazione “+ Diversity is More” firmata dai due loghi BMW e AC Milan uniti per la prima volta dal segno “+”. Questa firma congiunta caratterizzerà d’ora in poi tutte le iniziative dei due brand per rafforzare e intensificare il messaggio di comunicazione.



“La diversità– ha dichiarato Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - è il fondamento del successo del Gruppo BMW. Dipendenti provenienti da più di 110 paesi in tutto il mondo lavorano con successo insieme: persone di diverse culture, con differenti punti di vista e credenze religiose operano, fianco a fianco in team distribuiti in tutto il mondo, sviluppando idee creative e soluzioni innovative per una mobilità sostenibile nel futuro”.

“Un ambiente di lavoro senza pregiudizi e una convivenza basata sul rispetto reciproco sono requisiti fondamentali oggi. Per questo motivo il Gruppo BMW sin dal 2011 ha avviato una partnership unica con l’Alleanza delle Civiltà delle Nazioni Unite (UNAOC) per promuovere il dialogo internazionale e la comprensione interculturale. L’iniziativa che lanciamo oggi insieme ad AC Milan rappresenta un ulteriore tassello di questo percorso e testimonia la comunanza di valori che ci lega e che è alla base della nostra partnership”.

Giorgio Furlani, CEO di AC Milan, ha aggiunto: “Lo spogliatoio di un club di calcio come il nostro, con ragazze e ragazzi provenienti da paesi e contesti differenti, con storie, interessi e identità completamente diverse tra loro, è un esempio del valore della diversità. È l’esempio di come delle individualità possano unirsi per raggiungere obiettivi comuni. Con BMW condividiamo da sempre una stessa visione: la diversità è una ricchezza inestimabile”.

About BMW e AC Milan

BMW e AC Milan hanno rinnovato a luglio dello scorso anno la partnership siglata nel 2021, con la filiale italiana del BMW Group che si è confermata **Premium Partner e Automotive Partner** dei rossoneri.

I due marchi, eccellenze globali nei rispettivi ambiti di riferimento, sono accomunati da valori quali la passione, lo stile, il gusto per la sfida, la ricerca della migliore performance e del limite. Ma anche dalla convinzione che la sostenibilità sia un asset strategico fondamentale, sia dal punto di vista del business che nel rapporto con l’ambiente e la società, con un’attenzione particolare alle nuove generazioni.

La partnership si pone anche l’obiettivo di intraprendere un percorso evolutivo che tenda alla promozione della mobilità sostenibile, sia



internamente che esternamente al Club, in modo da favorire una maggior consapevolezza su temi fondamentali come la **riduzione dell'impatto ambientale** e l'importanza di un approccio circolare al business.

Con il progetto **BMW SpecialMente**, nato nel 2014, ma che comprende iniziative avviate fin dal 2003, BMW Italia è inoltre impegnata da anni per creare valore per la società e sostenere progetti che favoriscano l'inclusione, l'intercultura e la sostenibilità sia ambientale che sociale. Un impegno condiviso anche da AC Milan, che da sempre lavora per condividere i valori positivi dello sport attraverso le azioni concrete sintetizzate all'interno del suo **Manifesto RespAct** e le progettualità di **Fondazione Milan**, charity rossonera che ha recentemente festeggiato i suoi 21 anni di attività.

Questi due mondi si sono incontrati per la prima volta nel progetto **BMW in Tour**, nato da un'idea dell'Associazione Concessionari Italiani BMW (A.C.I.B.) e presentato a Casa Milan nel mese di aprile. Un progetto in 11 tappe, nelle quali atleti con disabilità, dipendenti e volontari si sono incontrati in avvincenti partite di calcio. La finale, che vedrà affrontarsi la Squadra Ufficiale Concessionari BMW e la Prima Squadra Ufficiale Serie A di Insuperabili, si terrà proprio in casa rossonera, presso il **Centro Sportivo PUMA House of Football**.

Negli anni a venire, BMW e AC Milan continueranno a lavorare insieme per la creazione di una serie di eventi e iniziative congiunte, con lo scopo di connettere ed entusiasmare gli appassionati di sport, motori, innovazione, sostenibilità e lifestyle.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

BMW GROUP

Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

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 comprende oltre 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio nel mondo ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2022, il BMW Group ha venduto oltre 2,4 milioni di automobili e oltre 202.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2022 è stato di 23,5 miliardi di euro con ricavi per 142,6 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2022, il BMW Group contava un organico di 149.475 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 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/>