

"+ Diversity is More" la campaña de BMW Italia en colaboración con el equipo de fútbol italiano AC Milán para promover la cultura de la diversidad y la inclusión social.

- La iniciativa se presentó con motivo del partido de campeonato AC Milán - Atalanta el pasado 25 de febrero de 2024.

Italia – 28 de febrero de 2024. BMW Italia en colaboración con el AC Milán lanza la campaña "+ Diversidad es Más", un proyecto creado para promover la cultura de la diversidad y la inclusión social, valores que forman parte del ADN de ambas organizaciones.

La iniciativa, que se presentó durante el partido de campeonato AC Milán - Atalanta el pasado 25 de febrero, nació también como una postura firme y constructiva tras los recientes episodios de intolerancia que se han producido en algunos estadios a nivel internacional.

El símbolo de la campaña consiste en los dedos índices de dos manos que se cruzan formando el signo "+", creando una fuerte iconografía que será utilizada en todos los materiales de comunicación y acompañará al slogan "+ Diversidad es Más". Este concepto se expresará de diferentes formas, como, por ejemplo, "Más Belleza, Más Perspectivas, Más Ideas, Más Amor" para expresar la riqueza que surge de la diversidad en todos los sectores.

Durante el partido del 25 de febrero se activaron diversas iniciativas para lanzar la campaña. En primer lugar, el orador del estadio explicó el significado del proyecto conjunto de integración de BMW Italia y AC Milán.

Todos los LED del estadio destinados a BMW (como patrocinador del partido) estuvieron dedicados a la campaña "+ Diversity is More" firmada por los dos logos BMW y AC Milán unidos por primera vez por el signo "+". Esta firma conjunta caracterizará en adelante todas las iniciativas de las dos marcas para fortalecer e intensificar el mensaje de comunicación.

"La diversidad –es la base del éxito de BMW Group. Empleados de más de 110 países de todo el mundo trabajan juntos con éxito: personas de diferentes culturas, con diferentes puntos de vista y creencias religiosas trabajan codo con codo en equipos distribuidos por todo el mundo, desarrollando ideas creativas y soluciones innovadoras para la movilidad sostenible en el futuro", declaró Massimiliano Di Silvestre, presidente y director general de BMW Italia.

"Un ambiente de trabajo sin prejuicios y una convivencia basada en el respeto mutuo son requisitos fundamentales. Por esta razón, BMW Group ha establecido una asociación única con la Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas (UNAOC) desde 2011 para promover el diálogo internacional y el entendimiento intercultural. La iniciativa que lanzamos hoy junto con el AC Milán representa un paso más en este camino y da testimonio de los valores comunes que nos unen y que son la base de nuestra asociación".

Giorgio Furlani, director general del AC Milán, añadió: "El vestuario de un club de fútbol como el nuestro, con chicas de diferentes países y contextos, con historias, intereses e identidades

completamente diferentes, es un ejemplo del valor de la diversidad. Es un ejemplo de cómo las personas pueden unirse para lograr objetivos comunes. Con BMW siempre hemos compartido la misma visión: la diversidad es una riqueza que no tiene precio".

Acerca de BMW y el AC Milán.

BMW y AC Milán renovaron en julio del año pasado la asociación firmada en 2021, confirmando la filial italiana de **BMW Group** como Socio Premium y Socio Automotriz de los Rossoneri.

Las dos marcas, referencias de excelencia en sus respectivos campos, están unidas por valores como la pasión, el estilo, el gusto por el desafío, la búsqueda del alto desempeño y los límites. Pero también desde el convencimiento de que la sostenibilidad es un activo estratégico fundamental, tanto desde el punto de vista empresarial como en la relación con el medio ambiente y la sociedad, con especial atención a las nuevas generaciones.

La asociación también busca emprender un camino evolutivo que tienda a promover la movilidad sostenible, tanto interna como externamente al Club, con el fin de promover una mayor conciencia sobre cuestiones fundamentales como la **reducción del impacto ambiental** y la importancia de un enfoque circular en los negocios.

Con el proyecto **BMW SpecialMente**, nacido en 2014, pero que incluye iniciativas lanzadas desde 2003, BMW Italia también se compromete desde hace años a crear valor para la sociedad y a apoyar proyectos que promuevan la inclusión, la convivencia entre culturas, el medio ambiente y el desarrollo social. Un compromiso compartido también por el AC Milán, que siempre ha trabajado para compartir los valores positivos del deporte a través de acciones concretas resumidas en su **Manifiesto RespAct** y los proyectos de la Fondazione Milan, una organización benéfica rossoneri que recientemente celebró sus 21 años de actividad.

Estos dos mundos se encontraron por primera vez en el proyecto **BMW in Tour**, nacido de una idea de la Asociación Italiana de Concesionarios BMW (A.C.I.B.) y presentado en la Casa de Milán en abril. Un proyecto de 11 etapas en el que deportistas con discapacidad, empleados y voluntarios se reunieron en emocionantes partidos de fútbol. La final, que enfrentará al equipo oficial de los concesionarios BMW y al primer equipo oficial de la Serie A de Insuperabili, se llevará a cabo en el estadio de los rossoneri, en el **Centro Deportivo PUMA House of Football**.

En los próximos años, BMW y el AC Milán seguirán trabajando juntos para crear una serie de eventos e iniciativas conjuntas, con el objetivo de conectar y entusiasmar a los aficionados al deporte, el automovilismo, la innovación, la sostenibilidad y el estilo de vida.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones de vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

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/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa – BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Fabiano Severo

fabiano.severo@bmw.com.br

Paula Cichini

paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional – INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

plantabmwslp@inkpr.com.mx

BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

grupobmw@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html

www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es

www.press.bmwgroup.com/argentina/

www.press.bmwgroup.com/brazil/