

Comunicato Stampa N. 133/12

San Donato Milanese, 15 ottobre 2012

## **OGGI PER DOMANI**

### **La risposta del BMW Group al cambiamento demografico**

Il fenomeno del “cambiamento demografico” – l’invecchiamento della popolazione in molte società industriali dell’Occidente – pone molte sfide all’economia e alle aziende in questi paesi, sia in termini di clienti e di mercati sia per quanto riguarda la politica delle risorse umane.

I cambiamenti prevedibili nella piramide dell’età della forza lavoro disponibile diminuiranno nei prossimi anni per quanto riguarda alcuni livelli di qualifica e di gruppi professionali (risultato: ciò comporterà una mancanza di lavoratori qualificati) – e la forza lavoro sarà, mediamente, molto più anziana di quanto non lo sia oggi. Studi autorevoli stimano che in molte aziende tedesche la percentuale di dipendenti che superano i 50 anni d’età costituirà oltre la metà della forza lavoro complessiva già nel 2015.

Il BMW Group, che impiega i tre quarti dei suoi circa 96.000 dipendenti in Germania, riflette i mutamenti in atto sul piano sociale. L’età media dei dipendenti in Germania arriverà a 46 anni entro il 2020, mentre la percentuale dello staff che ha superato i 50 anni aumenterà dal 25% al 45%.

#### **Progetto demografico “Oggi per domani”**

Già nel 2004 l’azienda ha lanciato il programma preventivo “Oggi per domani” per affrontare proattivamente la sfida del cambiamento demografico e per assicurare la competitività e l’innovazione anche se la forza lavoro sarà mediamente più anziana.

Il focus principale di “Oggi per domani” si concentra su:

- Gestione della salute sul posto di lavoro
- Leadership e livello di qualifica
- Ambiente di lavoro
- Modelli di pensione
- Gestione della comunicazione e dei cambiamenti in atto

La questione centrale – a parte la creazione di modelli di pensionamento flessibili (accordo aziendale per quanto riguarda il lavoro part-time durante un periodo di prepensionamento) – era come riuscire a mantenere la salute e le performance della forza lavoro. Questo perché, com’è stato dimostrato da studi scientifici, le capacità non diminuiscono necessariamente con l’età; anzi, possono essere specificamente stimolate e mantenute. Inoltre, secondo gli studi, i dipendenti più anziani possono contare su un’esperienza considerevole, un alto grado di lealtà, una grande consapevolezza della qualità e via di seguito. In una prima fase del programma, argomenti come l’ergonomia, la cura della salute, la leadership e la formazione sono stati individuati e trattati come principali aree di attività e come sotto-progetti.

Punti di forza dei lavoratori più anziani:

- Grande esperienza
- Patrimonio di conoscenza unico
- Intelligenza
- Consapevolezza della qualità
- Impegno
- Affidabilità e grande lealtà.



### **Integrare i contenuti di “Oggi e domani” nella produzione.**

#### **1. Il design delle postazioni di lavoro / l'ergonomia**

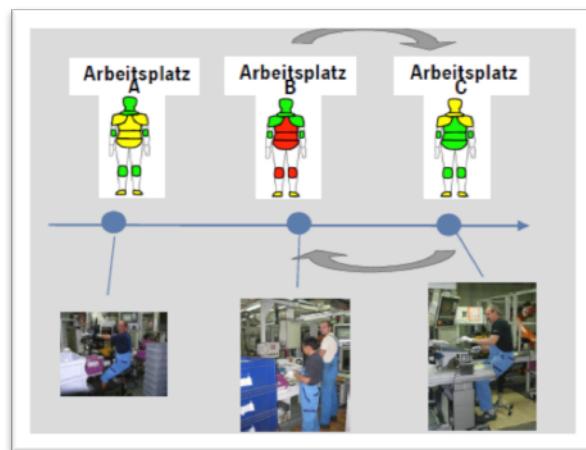
Postazioni di lavoro progettate ergonomicamente e situate, secondo le analisi della ABA Tech<sup>1</sup>, nella “green area” dove i dipendenti non siano sottoposti ad eccessivi stress fisici o psicologici (per es.: ripiani troppo elevati o troppo ampi, pesi eccessivi).

- Miglioramento ergonomico dei materiali (in collaborazione con TU München)
- Analisi ergonomica delle postazioni di lavoro mediante ABA Tech.
- Possibilità di stare seduti per far riposare temporaneamente i muscoli e la struttura ossea
- Tavoli regolabili che si adattino all'altezza dei lavoratori
- Pavimenti in legno per un miglior assorbimento
- Piani inclinati per una sistemazione ottimale dei materiali
- Monitor flessibili, nonché scritte con caratteri più grandi



## 2. Organizzazione del lavoro

Un design “intelligente” del sistema complessivo, basato, per esempio, sul “micro-decoupling”, la rotazione tra postazioni di lavoro ottimizzata per combattere lo stress (come un “corso di fitness”), momenti per socializzare (per es., mediante pause di lavoro effettuate in gruppo) ed il rafforzamento del senso di responsabilità del gruppo, modelli per turni e orari “socialmente accettabili”.



## 3. Salute e prevenzione

Le prestazioni umane, sia fisiche che mentali, non diminuiscono necessariamente con l'avanzare dell'età. Possono essere conservate grazie a misure di prevenzione. Anzi, possono anche essere aumentate.

Creare impianti ed attrezzature per il recupero attivo e passivo vicino al posto di lavoro (“active area” e sala di risposo); l'offerta di fisioterapia in loco, l'insegnamento di esercizi correttivi nei posti di lavoro; l'addestramento mirato e seminari dedicati alle tematiche dell'età e della salute (per es.: seminari su “l'Età Biologica”, “l'Esercizio e la Dieta”, “lo Stress”); una scelta variata e salutare degli alimenti presenti nelle mense e nei distributori automatici; informazioni sulle risorse per la cura preventiva della salute fornite dalla BKK (fondi per l'assicurazione sanitaria dell'azienda), ecc.



#### **4. Leadership e organizzazione**

Il compito dei manager è capire quando sorgono gli stress fisici e mentali e impegnarsi insieme ai dipendenti per migliorare la situazione, ottimizzando l'ambiente lavorativo (stile di management partecipativo); i manager devono rendersi disponibili e promuovere la consapevolezza delle tematiche. I manager sono anche responsabili per il training dello staff. Ciò è importante poiché: a) una formazione inadeguata o l'imposizione di pretese eccessive è stressante per i dipendenti e b) buone qualifiche sono essenziali per la rotazione.

Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia  
Roberto Olivi  
Corporate Communications Manager  
Email: [Roberto.Olivi@bmw.it](mailto:Roberto.Olivi@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

#### **Il BMW Group**

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 29 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi otto anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader nel Dow Jones Sustainability Index.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>