

Comunicato stampa N. 046/16

San Donato Milanese, 21 aprile 2016

BMW si conferma al secondo posto in Italia nel RepTrack® 50 del 2016. Prima azienda straniera e prima del settore automotive

BMW per il quarto anno consecutivo sul podio. La cerimonia di premiazione si è svolta ieri e ha visto la conferma di Ferrero al primo posto e Pirelli salire al terzo posto.

BMW conferma il secondo posto in Italia nella classifica del Reputation Institute che valuta la reputazione delle top 50 aziende che operano in Italia. Per BMW si tratta di un risultato importante. La filiale italiana della Casa di Monaco, infatti, da quattro anni consecutivi è sul podio di questa classifica, avendo collezionato un terzo posto, un primo e due secondi posti a testimonianza della solidità dei valori aziendali e della loro percezione nel nostro Paese. Il risultato è ancora più significativo se si considera che il settore automotive nel suo complesso ha perso 3,6 punti rispetto alla rilevazione del 2015, passando da un indice di 78 a 74,4. BMW (con 82 punti) si è classificata dopo Ferrero (85,8), che conferma la leadership, e Pirelli (81,5) che sale al terzo posto.

“Questo riconoscimento – ha dichiarato Sergio Solero, Presidente e A.D. di BMW Italia - ci fa particolarmente piacere in un contesto sempre più competitivo e che, nel corso degli ultimi mesi, ha visto il mondo dell’automotive spesso sotto la lente di ingrandimento. Mi piace sottolineare due aspetti. In primo luogo che i nostri brand sono forti e radicati nella mente delle persone e si identificano con valori positivi e autentici. In secondo luogo, che la strategia che abbiamo sviluppato e consolidato in Italia sia giusta, non solo in termini di risultati di mercato, ma anche di rapporto con la società. Sono molto orgoglioso del fatto che la cultura di responsabilità sociale d’impresa, grazie al progetto SpecialMente, sia diventata parte del DNA dell’azienda, dei nostri collaboratori e dei concessionari. Gli esempi sono tanti. Dalla scuola di sci per disabili di Salice d’Uzio, al Dynamo Camp, dalla collaborazione con San Patrignano al progetto BocciaRio sviluppato con FISPES, dal Teatro alla Scala (del quale da quest’anno siamo soci fondatori sostenitori) ai 100 dipendenti che andranno a fare i volontari a Dynamo Camp in orario di lavoro e retribuiti da BMW Italia. E ne ho citati solo alcuni”.

“Il BMW Group, nell’anno in cui celebra i cento anni di storia nel mondo e i 50 in Italia – ha proseguito Sergio Solero - è stato precursore grazie a strategie chiare e di lungo respiro che parlano di centralità del cliente, mobilità del futuro, sostenibilità, trasparenza, credibilità e responsabilità sociale d’impresa. Questo secondo posto ci conferma che siamo sulla strada giusta e che dobbiamo mantenere la rotta per essere pronti e vincenti anche nei prossimi 100 anni”.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione
Telefono: 02/51610.294
E-mail: roberto.olivi@bmw.it

Società
BMW Italia S.p.A.Società del
BMW GroupSede
Via della Unione
Europa, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)Telefono
02-51610111Telefax
02-51610222Internet
www.bmw.it
www.mini.itCapitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.
MI 1403223N. Reg. Impr.
MI 187982/1998Codice fiscale
01934110154Partita IVA
IT 12532500159

Patrizia Venturini
Public Relations
Telefono: 02/51610.164
E-mail: patrizia.venturini@bmw.it

Il BMW Group

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2015, il BMW Group ha venduto circa 2,247 milioni di automobili e 137.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2015 è stato di 9,22 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 92,18 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2015, il BMW Group contava 122.244 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>