

Comunicato stampa N. 041/17

San Donato Milanese, 14 aprile 2017

BMW Italia tra le prime aziende ad aver avviato fin dal 2016 la sperimentazione sullo smart working

21 collaboratori della filiale italiana della Casa di Monaco fanno parte da alcuni mesi di un progetto pilota sullo Smart Working che pone l'azienda tra i leader del mercato in Italia.

BMW Italia ha avviato nel novembre dello scorso anno un progetto pilota relativo allo Smart Working che ha coinvolto fino ad ora 21 collaboratori e che sarà presto esteso ad altri dipendenti dell'azienda.

“Il progetto pilota – ha dichiarato Marco Bergossi, Direttore HR di BMW Italia – è stato avviato a novembre dello scorso anno, facendo della nostra azienda una delle prime realtà che, in un contesto normativo che necessita ancora di leggi chiare e decreti attuativi, ha deciso di intraprendere questo cammino. Tuttavia, essere leader, significa anche affrontare determinate tematiche e proporre idee innovative prima degli altri. Lo Smart Working va esattamente in questa direzione, per portare la nostra azienda nel futuro attraverso una maggiore flessibilità, digitalizzazione e nuovi modi di lavorare”.

I ventuno collaboratori attualmente interessati dal progetto, 13 donne e 8 uomini, età media 40 anni, beneficiano di un giorno di flessibilità settimanale concordato con il proprio responsabile.

“Già oggi – ha proseguito Bergossi – è possibile rilevare tanti aspetti positivi del progetto: maggiore discrezionalità nella scelta del luogo e degli orari di lavoro, impiego di nuove tecnologie e strumenti di comunicazione, riduzione dei tempi di commuting con impatti positivi in termini di sostenibilità, maggiore produttività, autonomia e responsabilità, aumento del tempo da dedicare a se stessi o alla propria famiglia. Stiamo costantemente monitorando la situazione chiedendo feedback sia agli interessati che ai loro responsabili. Ad oggi i dati sono decisamente positivi: la soddisfazione da entrambe le parti si aggira intorno al 100%”.

“Come ha ricordato Harald Krueger, Presidente del Board of Management di BMW AG alla recente conferenza di bilancio – ha concluso Bergossi – i nostri collaboratori sono consapevoli che dobbiamo cambiare per continuare ad essere leader. E sono tutti pienamente partecipi della nostra visione e dei nostri nuovi valori: responsabilità, fiducia, apprezzamento, trasparenza e apertura. Questi valori costituiscono la base della nostra trasformazione. Riflettono lo spirito dei tempi e il modo di lavorare insieme delle giovani generazioni. Il progetto pilota sullo Smart Working, che si va ad affiancare al altre numerose iniziative di welfare aziendale, esprime proprio questo spirito”.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione
Telefono: 02/51610.294
E-mail: roberto.olivi@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com

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

Società
BMW Italia S.p.A.Società del
BMW GroupSede
Via della Unione
Europea, 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



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 e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2016, il BMW Group ha venduto circa 2.367 milioni di automobili e 145.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte è stato di 9,67 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 94,16 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2016, il BMW Group contava 124.729 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> BMW Group