

Comunicato stampa N. 052/17

San Donato Milanese, 16 maggio 2017

Il 18% dei collaboratori di BMW Italia in smart working

56 collaboratori tra impiegati, manager e dirigenti sono inseriti nel progetto pilota

BMW Italia è stata una delle prime aziende in Italia ad avviare la sperimentazione dello smart working, già alla fine del 2016, attraverso un progetto pilota con la graduale estensione del progetto ai collaboratori. Oggi il 18% della forza lavoro aziendale beneficia di questa flessibilità.

“In un contesto caratterizzato da rapidi cambiamenti anche nell'ambito dell'organizzazione del lavoro – ha dichiarato Marco Bergossi, direttore HR di BMW Italia - abbiamo voluto introdurre una nuova modalità di espletamento della prestazione di lavoro coniugando esigenze di innovazione, flessibilità e bilanciamento tra vita lavorativa e privata; contestualmente, si è voluto dar corso ad una rimodulazione degli spazi di attività in azienda, secondo nuovi e più attuali concept. La filosofia alla base dello smart working in BMW Italia si coniuga perfettamente con i 5 *core values* del BMW Group: *Responsibility, Appreciation, Transparency, Trust, Openness*”.

Il progetto si è articolato su due canali paralleli, con l'obiettivo di introdurre nuove forme di lavoro flessibile e di migliorare la produttività e il bilanciamento tra vita lavorativa e privata. Iniziato ad ottobre 2016 con il coinvolgimento di un primo gruppo pilota di 10 collaboratori, è stato poi esteso ad ulteriori 11 dipendenti a partire dal mese di febbraio 2017 (Fase 1). A maggio del corrente anno è stato allargato ad altri 20 collaboratori (Fase 2).

La fase pilota, riservata a dipendenti assunti a tempo indeterminato, è stata strutturata come segue:

- adesione su base volontaria;
- formalizzazione dell'adesione al progetto mediante sottoscrizione di accordi individuali revocabili da entrambe le parti (previa partecipazione ad apposite sessioni di formazione erogate a tutti gli smart worker e manager);
- cadenza di 1 giorno alla settimana flessibile (recuperabile ove non usufruito);
- flessibilità dell'orario di lavoro (con reperibilità nelle fasce orarie stabilite con il proprio responsabile);
- scelta del luogo di lavoro a cura del dipendente (anche all'estero) purché nel rispetto delle normative e procedure aziendali su salute / sicurezza / privacy / smart work;
- riconoscimento dei buoni pasto.

La selezione degli smart worker per la fase pilota è stata fatta dai manager unitamente alla Direzione HR, tenendo in considerazione criteri organizzativi e oggettivi (quali, ad esempio la disponibilità da parte del dipendente, la distanza dal posto di lavoro, la situazione familiare).

Ad oggi (maggio 2017) nel progetto sono coinvolte 56 persone tra collaboratori, manager e dirigenti (che già possono lavorare da casa e/o da qualunque altro luogo).

Agli smart worker sono stati forniti Laptop, iPhone, SecureID, Hotspot, Skype, Web Conferences, Mobile App; contestualmente sono stati adeguati alcuni dei sistemi IT HR.

Società
BMW Italia S.p.A.

Società del
BMW Group

Sede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)

Telefono
02-51610111

Telefax
02-51610222

Internet
www.bmw.it
www.mini.it

Capitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.

R.E.A.
MI 1403223

N. Reg. Impr.
MI 187982/1998

Codice fiscale
01934110154

Partita IVA
IT 12532500159

Il progetto include anche un monitoraggio periodico su:

- tasso di partecipazione al progetto;
- frequenza e numero di giornate effettuate (in media 1 giorno alla settimana flessibile per ogni smart worker / orario flessibile / giornate recuperabili se non usufruite);
- altri KPI quali, ad esempio: raggiungimento obiettivi, utilizzo tecnologie, riduzione costi commuting (carburante, km, pedaggi, biglietti treno / metro), supporto da parte dei colleghi e dei responsabili, luoghi in cui è stato svolto lo smart working, grado di soddisfazione.

I benefici ottenuti sono stati molto positivi:

- tasso di partecipazione al progetto: 100%;
- overall satisfaction smart worker: 100%;
- overall satisfaction manager: 100%;
- altri benefici: aumento della produttività, maggiore flessibilità nella gestione degli orari per dedicare più tempo a se stessi / famiglia / tempo libero con conseguente miglioramento del bilanciamento tra vita lavorativa e privata, riduzione costi per commuting / viaggi “casa-lavoro”, riduzione inquinamento / traffico, maggiore responsabilità e autonomia, engagement, innovazione / digitalizzazione.

“Se dovessimo sintetizzare gli elementi chiave del progetto – ha concluso Marco Bergossi – dovremmo parlare di flessibilità nella gestione dei luoghi e degli orari di lavoro, di produttività, lavoro per obiettivi, work life balance, di maggiore responsabilità, fiducia e senso di appartenenza all’Azienda”.

Per ulteriori informazioni:

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

Il BMW Group

Con i suoi tre 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. 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