

Comunicato stampa N. 061/17

San Donato Milanese, 31 maggio 2017

Corporate volunteering, un impegno che si rinnova.**BMW Group Italia al Dynamo Camp con 50 volontari**

Il programma ideato dalla filiale italiana della Casa di Monaco nel 2016 ha coinvolto quest'anno i collaboratori di BMW Italia e di Alphabet Italia.

Mercoledì 24 e giovedì 25 maggio, 50 collaboratori di BMW Italia e di Alphabet Italia sono scesi in campo per inaugurare il primo turno dei due eventi di volontariato d'impresa organizzati dall'azienda nel 2017 in collaborazione con Dynamo Camp, Associazione Onlus ubicata a San Marcello Pistoiese che offre programmi di Terapia Ricreativa a giovani di età compresa tra i 7 e i 17.

"Dopo la felice esperienza dello scorso anno – ha dichiarato Marco Bergossi, Direttore HR di BMW Italia – abbiamo confermato il nostro progetto di Corporate volunteering SpecialMente, organizzando una sessione che ha visto coinvolti i dipendenti di BMW Italia e di Alphabet Italia (Società del BMW Group specializzata in soluzioni di Business Mobility) in una due giorni che è servita per preparare la Dynamo Team Challenge, svoltasi lo scorso weekend. È stata un'esperienza molto forte che, da un lato, ha testimoniato l'impegno dell'azienda in tema di Corporate Social Responsibility e, dall'altro, ha dimostrato quanto questa cultura sia radicata nei collaboratori del Gruppo. Ad oggi sono 150 le persone che in due anni hanno aderito all'iniziativa. Davvero una bella soddisfazione!".

Dal 2016, BMW Group Italia offre, infatti, ai propri dipendenti la possibilità di trascorrere una giornata lavorativa (regolarmente retribuita dall'azienda) al Camp donando un valido supporto alle attività previste dal programma.

Il prossimo appuntamento per i volontari di BMW Group Italia al Dynamo Camp è previsto a fine settembre.

SpecialMente: www.specialmente.bmw.it

Il progetto di responsabilità sociale d'impresa SpecialMente è ormai una piattaforma che include tantissime attività e che testimonia come il tema sia radicato nella cultura aziendale di BMW Italia: in linea con la strategia del BMW Group, ma anche punto di riferimento all'interno dell'universo della Casa di Monaco, in termini di intensità, integrazione e capacità di agire nel tessuto sociale nel quale si opera.

Per questo motivo è importante avere dei programmi definiti, ma è anche fondamentale misurare i risultati che vengono conseguiti attraverso iniziative e progetti dedicati. A questo proposito sono oltre 100 mila le persone raggiunte in questi anni, con varie modalità (eventi, iniziative, sito web, programmi speciali, partnership).

"Siamo orgogliosi - ha dichiarato Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia - di questi risultati che nascono dall'impegno di tutta l'azienda e dal coinvolgimento dei collaboratori, dei concessionari e dei partner. Un'azienda

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

che guarda al futuro non può che avere tra i suoi asset la responsabilità sociale d'impresa e noi come BMW Italia abbiamo dimostrato non solo di crederci, ma di essere un punto di riferimento nel settore e nel mondo delle imprese in generale".

SpecialMente ha radunato sotto un unico "cappello" tutte le attività che BMW Italia ha implementato in diversi settori fin dall'inizio del 2001, quando iniziò la collaborazione con la Divisione di Neuroscienze del Prof. Gianvito Martino oggi Direttore Scientifico dell'Ospedale San Raffaele di Milano, che diede vita alla BMW Research Unit-OSR finanziata, in questi anni, con oltre due milioni di Euro.

"Da quando abbiamo iniziato ad occuparci di Corporate Social Responsibility - ha dichiarato Roberto Olivi, Direttore relazioni istituzionali e Comunicazione di BMW Italia - abbiamo fatto tanta strada. Dal 2014 poi abbiamo strutturato in modo più organico le nostre iniziative, in linea con la filosofia del BMW Group, e nel rispetto delle iniziative avviate nel nostro Paese. È nato così "SpecialMente" un nome che è diventato il simbolo del nostro impegno in tema di inclusione sociale, dialogo interculturale, sicurezza stradale. Un simbolo che ha fatto del linguaggio della differenza una ricchezza per i nostri valori e che ci ha aiutato a mantenere una posizione di leadership in termini di reputazione in Italia".

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 quattro 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