BMW
GROUP
Corporate Communications

Comunicato stampa

San Donato Milanese, 24 ottobre 2018

La sede di San Donato Milanese di BMW Italia celebra un importante anniversario: a 20 anni esatti dalla fondazione, il palazzo di Kenzo Tange si rinnova con nuovi ambienti ripensati per una maggiore flessibilità ed efficienza.

Celebrata la ricorrenza alla presenza delle autorità locali e di alcuni dei presidenti che si sono succeduti alla guida della filiale.

San Donato Milanese. BMW Italia ha celebrato 20 anni della sede di San Donato Milanese. Il giorno 8 ottobre 1998, infatti, alla presenza delle più alte cariche cittadine e lombarde fu inaugurata la sede italiana dove operavano 265 collaboratori di BMW Italia, BMW Financial Services, BMW Italia Renting e BMW Milano. Ideato e progettato da una delle firme più prestigiose dell'architettura mondiale, quella del giapponese Kenzo Tange, l'edificio, esteso su una superficie di 12 mila metri quadri e su 8 piani, fu realizzato nel giro di due anni. I lavori iniziarono nel luglio 1996, comportando un investimento complessivo di 70 miliardi di lire.

“La scelta di Milano – disse allora Wolfgang Reitzle membro del Cda di BMW e responsabile prodotto e mercato – rappresenta una tappa fondamentale nella strategia di globalizzazione perseguita dal nostro Gruppo. Non basta più infatti essere presenti sui mercati, ma è necessario radicarsi nei territori con investimenti mirati, quindi per noi presidiare un'area geografica della valenza economico-finanziaria e sociale come quella del milanese e della Lombardia diventa elemento essenziale per sviluppare questa nostra strategia”.

“Oggi, a distanza di vent’anni – ha dichiarato Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia – quel progetto è diventata una importante realtà. Il BMW Group Italia è cresciuto attraverso le sue cinque società (BMW Italia, BMW Bank, Alphabet e le due filiali di BMW Milano e BMW Roma) offrendo lavoro a più di 1.100 collaboratori e raggiungendo una posizione strategica determinante all’interno del BMW Group come sesto mercato a livello globale per le automobili, e terzo mercato al mondo per motociclette vendute ogni anno, con circa 100 mila unità nuove vendute ogni anno tra due e quattro ruote, un fatturato che si aggira sui 3 miliardi di euro e un impegno strategico importante in termini di responsabilità sociale d’impresa attraverso il progetto SpecialMente che ha coinvolto direttamente o indirettamente oltre 600 mila persone”.

Le celebrazioni del ventennale della sede di San Donato Milanese sono avvenute in occasione della visita al mercato italiano di Jean-Philippe Parain, Senior Vice-President of the Sales Region Europe, e alla presenza del vice-sindaco di San Donato Milanese Gianfranco Ginelli, del parroco di San Donato Milanese Don Carlo Mantegazza, del Ten.

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

Valerio Azzone, vice-comandante di compagnia dei Carabinieri di San Donato Milanese, e degli ex presidenti della filiale italiana, Marco Saltalamacchia e Andrea Castronovo.

Per l'occasione è stata realizzata una torta celebrativa dallo Chef stellato Andrea Berton che riportava il disegno originario del progetto firmato da Kenzo Tange.

La rinnovata sede di BMW Italia.
Sergio Solero, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia, ha dichiarato: "La strategia del BMW Group nei confronti dei propri dipendenti è basata su alcuni importanti pilastri, quali l'innovazione, la formazione, la diversità e l'inclusione, il coinvolgimento, la motivazione e il benessere. Tutti questi fattori passano anche dagli ambienti di lavoro che i nostri dipendenti vivono quotidianamente. È per questo motivo che abbiamo ritenuto cruciale ripensare gli spazi ponendo sempre maggiore attenzione al loro benessere".

Recentemente, infatti, gli spazi interni di BMW Italia sono stati profondamente rivisti e rinnovati per andare incontro alle esigenze dei dipendenti della Casa di Monaco in Italia, aumentandone ulteriormente produttività e soddisfazione.

Luminosi open space con scrivanie regolabili in altezza che permettono di lavorare anche comodamente in piedi, un Bistrot interno nel quale consumare la pausa pranzo in un ambiente dinamico e con cibi orientati al benessere, aree relax allestite con zone gioco basket, Calciobalilla, ping-pong e Play Station consentono ai dipendenti di BMW Italia di alternare il lavoro con momenti di svago, fondamentali per massimizzare efficienza e soddisfazione.

BMW Italia ha deciso di rendere gli spazi per i propri dipendenti più sani, sicuri ed ergonomici, privilegiando materiali e strutture che consentano di vivere al meglio la propria postazione di lavoro e sfruttando al massimo l'apporto delle nuove tecnologie, con un conseguente impatto positivo su flessibilità, benessere e produttività dei dipendenti.

Anche le aree adibite alle riunioni sono state progettate in modo non convenzionale, per favorire la creatività dei dipendenti, che possono decidere di usufruire anche degli spazi all'aperto, pensati per favorire l'incontro informale e i lavori di gruppo. La prospettiva in BMW Italia è ribaltata: sono le strutture che ospitano i lavoratori ad adattarsi alle esigenze delle persone, non il contrario.

Smart Working
Gli innovativi ambienti di lavoro e la grande duttilità degli spazi si uniscono alle iniziative che, negli ultimi due anni, hanno aumentato il livello di flessibilità dei dipendenti. BMW Italia ha avviato infatti, nel novembre 2016, un progetto pilota dedicato allo Smart Working che ha coinvolto fino ad ora il 30 % dei collaboratori e che interesserà sempre più dipendenti dell'azienda.

"I due anni di sperimentazione sullo Smart Working hanno dato risultati eccellenti con il 100 % di soddisfazione generale sia dei collaboratori che dei manager" – dichiara Marco Bergossi, direttore HR di BMW Italia – "Questo si sposa alla perfezione con la nostra

strategia Number One NEXT che si basa su 5 principi: responsabilità, apprezzamento, trasparenza, fiducia e apertura. Ci stiamo preparando alle sfide future per continuare ad essere leader e un'azienda di successo!"

Il progetto è l'ulteriore testimonianza del forte spirito innovativo del Gruppo BMW, che si conferma pioniere di questo tipo di iniziative. Ambienti innovativi e Smart Working sono tutti strumenti che hanno l'obiettivo di proiettare l'azienda nel futuro attraverso una maggiore flessibilità, digitalizzazione e nuovi modi di lavorare.

Con lo smart working, inoltre, l'azienda sta ottenendo rilevanti risultati in termini di impatto ambientale grazie alla riduzione dei chilometri percorsi (oltre 10 mila) e delle ore di viaggio (oltre 3 mila).

ReBorn Electric
Il palazzo di BMW Italia è stato, inoltre, dotato negli ultimi anni di un sistema fotovoltaico, composto da 750 pannelli solari che copre una superficie di circa 1.200 m^2 e dispone di una potenza di picco di 179 kWp.
L'energia prodotta dall'impianto fotovoltaico va tutta in autoconsumo e rappresenta il 6,5 % del fabbisogno del palazzo BMW Italia di San Donato Milanese. Il resto del fabbisogno arriva da fonte rinnovabile certificata.

Il 25 % dei posti auto nel piano interrato e in uso ai collaboratori del gruppo sono stati dotati di sistema di ricarica per auto elettrificate, sono state installate infatti 32 Wallbox da 3,7 kW che permettono la ricarica di una BMW i3 nelle 8 ore lavorative e 17 Wallbox da 11 kW che fanno lo stesso servizio in meno di una mattinata. In caso di necessità è disponibile anche una stazione FAST Charging da 50 kW che permette di ricaricare una BMW i3 in meno di un'ora.

L'impianto di ricarica è stato allacciato a un contatore di media tensione (MT) dedicato, separato dalla rete del building ed integralmente coperto dall'impianto fotovoltaico.

Lo scorso anno è stata data la possibilità al management e al personale viaggiante di disporre di un'auto di servizio elettrificata (BEV o PHEV). Con un'offerta di vetture elettriche e ibride plug-in che copre l'intera gamma è stato possibile sostituire la carline precedente con la nuova versione elettrificata. Considerando inoltre una media chilometrica delle auto diesel del parco di 17.000 km e un'elettrificazione del 70 % del parco aziendale si ottiene un risparmio di 450 tonnellate di CO_2 all'anno.

Dichiarazioni degli ex-presidenti di BMW Italia.

Fausto Gardoni, Presidente e AD di BMW Italia dal 1997 al 2002: "Il ricordo migliore di quei meravigliosi cinque anni alla guida di BMW Italia è legato alle persone che ho conosciuto in quel periodo e che hanno portato l'azienda a raggiungere risultati incredibili".

Marco Saltalamacchia, Presidente e AD di BMW Italia dal 2002 al 2006: “Sono particolarmente fiero di aver contribuito alla crescita di BMW in Italia, sia nei termini economici che soprattutto in termini di “corporate citizenship” della sempre più internazionale business community milanese, appartenenza che questo edificio testimonia con orgoglio”.

Andrea Castronovo, Presidente e AD di BMW Italia dal 2007 al 2010: “20 anni sono un traguardo importante. Ed è meraviglioso ritrovare visi noti che dopo molte primavere continuano a mantenere la voglia di vincere del loro primo giorno. Buon compleanno BMW Italia!”

Franz Jung, Presidente e AD di BMW Italia dal 2010 al 2014: “Grazie al supporto di un team forte dopo quattro anni in BMW Italia ho fatto passi avanti nella mia carriera. Non lo dimenticherò mai. Grazie BMW Italia”.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi
Direttore Relazioni Istituzionali e Comunicazione
Tel: +39 02.5161.02.94
Fax: +39 02.5161.002.94
Mail: roberto.olivi@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e http://bmw.lulop.com (filmati)

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 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2017, il BMW Group ha venduto oltre 2.463.500 automobili e più di 164.000 motocicli nel mondo. L’utile al lordo delle imposte nell’esercizio finanziario 2017 è stato di circa 10,655 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 98,678 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2017, il BMW Group contava 129.932 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