

Comunicato stampa

San Donato Milanese

16 aprile 2019

REPUTATION AWARDS 2019: BMW Group al terzo posto in Italia.

Eccellente risultato per BMW Group che scala 13 posizioni rispetto al 2018. Ferrari è l'azienda più reputata in Italia davanti a Ferrero.

Dopo l'appuntamento con la **Global RepTrak® 100**, il ranking delle 100 aziende più apprezzate al mondo, **Reputation Institute**, leader mondiale nella misurazione e gestione della Corporate Reputation, ha presentato ieri in collaborazione con Borsa Italiana (e il patrocinio di **Università IULM** e **FERPI**-Federazione Relazioni Pubbliche Italiana) **Italy RepTrak® 2019**, lo studio più aggiornato ed esteso sulla reputazione delle aziende in Italia.

BMW Group si è classificato al terzo posto, scalando ben tredici posizioni rispetto alla classifica 2018 e classificandosi alle spalle di Ferrari e Ferrero.

Reputation Institute **Italy RepTrak®** del **2019**:

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

- 1. Ferrari (82,32)**
- 2. Ferrero (81,43)**
- 3. BMW Group (80,05)**
- 4. Lego (79,52)**
- 5. Samsung (79,51)**
- 6. Rolex (79,42)**
- 7. The Walt Disney Company (79,33)**
- 8. Lavazza (78,96)**
- 9. Canon (78,95)**
- 10. Bosch (78,81)**

Scambio di posizioni al vertice tra **Ferrero** (1° nel 2018 e 2° nel 2019) e **Ferrari** (2° nel 2018 e 1° nel 2019) nella **Italy RepTrak®**. Il Cavallino rampante risulta infatti essere l'azienda più reputata tra i consumatori italiani.

“Questo risultato – ha dichiarato **Sergio Solero, Presidente e Amministratore delegato di BMW Italia** – premia il grande lavoro di squadra che stiamo facendo nel nostro paese, concentrandoci su tutti gli aspetti valoriali della marca: prodotto e servizi, innovazione, citizenship, workplace, leadership, governance e performance. Mi piace ricordare che **con il nostro progetto di Corporate Social Responsibility SpecialMente, siamo stati capaci nel tempo di raggiungere oltre 750mila persone** sia attraverso esperienze dirette che con le piattaforme social e il sito dedicato. Oggi stare sul mercato significa avere uno scopo più grande del semplice business. Significa restituire parte del successo alla società per dare un contributo essenziale al suo miglioramento. Noi crediamo fermamente in questi valori e li testimoniamo con il lavoro di tutti i giorni. Questo riconoscimento rappresenta la conferma che stiamo andando nella giusta direzione”.

“Globalizzazione e media digitali hanno drammaticamente accelerato la domanda di partecipazione non solo rispetto alle grandi questioni sociali ma anche nelle relazioni con le aziende”, ha affermato **Fabio Ventoruzzo, Vice President – Advice di Reputation Institute**, presentando i macro-trend della reputazione. “Mai come oggi infatti, la reputazione delle aziende è continuamente sottoposta al giudizio dei suoi pubblici grazie alle possibilità di accesso alle informazioni: oggi serve una nuova tensione nella relazione con le aziende, basata su una leadership credibile e capace di mobilitare consumatori e stakeholder”.

“Oggi alle aziende serve un nuovo carattere, una purpose capace di rafforzare il legame emotivo con gli stakeholder”, ha ribadito **Michele Tesoro-Tess, Executive Vice President di Reputation Institute**. “Gestire e proteggere la propria reputazione oggi è una responsabilità di tutte le funzioni aziendali: non solo perché è uno degli asset che influenza il valore di mercato dell'azienda ma anche perché è una leva per le vendite, l'attrattività dei talenti e la protezione del capitale finanziario, soprattutto in caso di crisi”.



“Conoscere il legame emotivo che gli stakeholder hanno con la propria azienda significa capire non solo il proprio posizionamento ma anche valutare le leve da utilizzare per la sua gestione”, ha evidenziato **Alessandro Detto, Senior Vice President – Growth di Reputation Institute** nel presentare la classifica 2019. “In questa edizione del nostro studio, gli italiani hanno premiato le aziende che hanno saputo lavorare tanto sui contenuti quanto sui canali della comunicazione: ci sono settori dove ci sono ancora grandi potenzialità di crescere (financial e retail) e fare la differenza con un posizionamento distintivo e altri (telco in primis), dove la reputazione diventa una leva di competizione e di mercato”.

**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. Il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 14 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2018, il BMW Group ha venduto oltre 2.490.000 automobili e oltre 165.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2018 è stato di 9,815 miliardi di Euro con ricavi per 97,480 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2018, il BMW Group contava un organico di 134.682 dipendenti.

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

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 5 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>