BMW
Corporate Communications

Comunicato stampa
29 giugno 2020

Reputation Awards 2020: BMW Group ancora nella top ten italiana.

Nella classifica stilata da The RepTrak Company per l'Italia il BMW Group è la seconda miglior azienda automobilistica, piazzandosi al 10° posto assoluto.

Davanti ad un pubblico collegato in streaming, si è svolta nei giorni scorsi in maniera virtuale la nona edizione dei **Reputation Award**, appuntamento in cui **The RepTrak Company** ha svelato la classifica dei brand con la migliore reputazione in Italia. L'edizione 2020 è stata dominata da Lego che si è aggiudicata la prima posizione davanti a Ferrari e The Walt Disney Company.

Il BMW Group si è classificato al 10° posto assoluto, confermandosi come la **seconda azienda automobilistica con la migliore reputazione in Italia** con un punteggio di 78.86 punti dopo Ferrari.

Le aziende, che ormai operano in quella che viene definita stakeholder economy, devono la loro reputazione al giudizio dei clienti e dei diversi attori sociali, che valutano tutto ciò che l'azienda fa, tenendo in considerazione ogni aspetto rilevante per un'impresa, dai prodotti e servizi erogati alla governance e l'attenzione alla sostenibilità. In termini di reputazione emerge che le tematiche sociali, politiche, umane ed ambientali sono rilevanti tanto quanto i prodotti e le specifiche attività di business.

In questo contesto, per il BMW Group Italia un ruolo determinante al mantenimento di una posizione di vertice nella classifica delle aziende con la migliore reputazione in Italia lo gioca il **progetto di Corporate Social Responsibility SpecialMente**, che da due decenni vede impegnata la filiale italiana del BMW Group in molteplici iniziative negli ambiti strategici di intervento che l'azienda ha scelto: cultura, dialogo interculturale, inclusione sociale, sicurezza stradale e sostenibilità.

"La presenza costante ai vertici delle classifiche delle aziende con la migliore reputazione - ha dichiarato **Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia** - conferma il valore che gli

stakeholder riconoscono alle nostre attività, in tutti gli aspetti che concorrono alla creazione della reputazione della marca."

"I risultati negli ambiti di citizenship, leadership, workplace e governance – ha proseguito Di Silvestre - sono il frutto della nostra forte attenzione alla CSR e dell'alta percezione del nostro programma CSR SpecialMente che negli ultimi anni è diventato un vero punto di riferimento, non solo nel settore automotive. Il nostro impegno nella comprensione interculturale, nell'inclusione sociale, nella sostenibilità e nella sicurezza di guida ha raggiunto livelli assoluti di notorietà e apprezzamento da tutti gli stakeholder (media, istituzioni, ONG, pubblico in generale)".

"Anche durante la crisi Covid – ha poi concluso - il nostro impegno è continuato, sia garantendo il costante supporto alle numerose attività già in essere e ai partner di lunga data, sia dando vita a nuove iniziative: la donazione di 60 mila mascherine al personale sanitario, un progetto sull'autismo con I bambini delle Fate e un programma di smart learning sull'inclusione sociale con Dynamo Camp."

BMW
Corporate Communications

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio
Corporate Communication Manager
Telefono: +39 0251610088
E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it
Media website: www.press.bmwgroup.com e http://bmw.lulop.com

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 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 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 4 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/bmwgroup/