



Comunicato stampa N. 117/16

San Donato Milanese, 10 ottobre 2016

BMW Italia al terzo posto nella sezione "Automobiles And Parts" della classifica di Universum 2016 che identifica le aziende di maggior interesse per gli studenti italiani.

La ricerca effettuata tra novembre 2015 e aprile 2016 ha coinvolto 39 istituzioni educative in tutto il Paese e, attraverso un questionario on line, ha interpellato 36.497 studenti e 6.011 professionisti.

BMW Italia è sul podio nella ricerca di Universum che identifica le aziende maggiormente attrattive per gli studenti italiani. Per il secondo anno consecutivo, la filiale italiana della Casa di Monaco è tra le Top 3 nel settore "Automobiles And Parts" insieme a Ferrari e Lamborghini sia nel ranking relativo ai "business students" che in quello dedicato agli "engineering students". La ricerca effettuata tra novembre 2015 e aprile 2016 ha coinvolto 39 istituzioni educative in tutto il Paese e, attraverso un questionario on line, ha interpellato 36.497 studenti e 6.011 professionisti.

"Questo risultato, di cui siamo orgogliosi, testimonia non solo l'eccellente reputazione che la nostra azienda ha in Italia, ma anche la grande attrattiva che il BMW Group esercita sui giovani talenti". Ha dichiarato Marco Bergossi, HR Director BMW Italia.

"Negli ultimi anni, in particolare, abbiamo focalizzato la nostra strategia per valorizzare i potenziali e per proiettare l'azienda nei prossimi 100 anni anche dal punto di vista HR con iniziative innovative. Abbiamo introdotto nuovi concetti di spazi di lavoro in azienda e lavorato su programmi di 'Diversity and Inclusion' focalizzati sulla leadership al femminile e stiamo lavorando sulla gestione e l'inclusione delle diverse generazioni all'interno dell'azienda. Ad ulteriore testimonianza della nostra attenzione ai giovani in azienda da quest'anno abbiamo aderito anche al programma 'One Young World', dedicato ai collaboratori di età inferiore ai 30 anni. Periodicamente organizziamo degli incontri riservati al nostro Management con enti e istituzioni e testimonial di altre aziende, per discutere dei trend di mercato e trarre spunti e idee da applicare al nostro business".

"Uno degli asset, infine, su cui ci siamo concentrati nell'anno del centenario che ha riscosso un notevole successo tra i dipendenti è stato quello del Corporate volunteering. Il 26-27 settembre si è svolto il secondo dei due eventi di volontariato d'impresa organizzati da BMW Italia all'interno dell'iniziativa '100 volontari per i 100 anni del BMW Group', che ha visto un gruppo di 58 collaboratori mettere una loro giornata di lavoro (normalmente retribuita dall'azienda) a disposizione di Dynamo Camp, Associazione Onlus che si occupa di terapia ricreativa per giovani dai 7 ai 17 anni e che quest'anno celebra i suoi primi 10 anni di attività.

Durante la permanenza a San Marcello Pistoiese, sede del Camp, i collaboratori hanno contribuito alle attività di preparazione dell'Open Day di Dynamo dello scorso 2 ottobre, la grande festa annuale aperta al pubblico volta a raccogliere fondi e a presentare la struttura e le attività dell'associazione a più di 15 mila visitatori".



Per ulteriori informazioni:

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

Patrizia Venturini
BMW CSR and PR Specialist
Telefono: 02/51610.164
E-mail: patrizia.venturini@bmw.it

Il BMW Group

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed 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 2015, il BMW Group ha venduto circa 2,247 milioni di automobili e 137.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2015 è stato di 9,22 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 92,18 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2015, il BMW Group contava 122.244 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>