



Speech Sergio Solero, Presidente e AD di BMW Group Italia nella tradizionale cena di fine anno a Milano e Roma

Speech Sergio Solero, Presidente e AD di BMW Group Italia nella tradizionale cena di fine anno a Milano e Roma : Il 2017 si sta chiudendo in modo positivo sia per le due che per le quattro ruote per quanto ci riguarda. Nonostante un mercato più complesso rispetto agli scorsi anni, che vede il segmento retail, delle famiglie, in calo negli scorsi 11 mesi, i risultati in termini di volumi e di margini sono positivi tanto per noi che per la nostra rete di concessionari. Mancano ancora una ventina di giorni alla chiusura dell'anno e quindi faremo i bilanci definitivi quando avremo dati consolidati. Comunque, posso anticipare che i nuovi lanci, Serie 5 e 6, X3 e X2 in arrivo il prossimo anno per #BMW, la MINI Countryman e la versione Ibrida PHEV e tutti i modelli presentati da #BMW Motorrad durante il 2017, ci stanno dando un'ottima velocità di raccolta ordini. Quello che posso già confermare è che la nostra visione resta allineata con la strategia Number ONE Next che abbiamo lanciato lo scorso anno in occasione del centenario dell'azienda. Noi siamo convinti che la leadership in futuro sarà sempre più definita dalla capacità di innovare, di essere veloci, di attrarre giovani talenti, di dare risposte concrete e nuove alle esigenze di mobilità individuale, di pensare alla sostenibilità in modo olistico, lavorando ogni giorno con Valori veri, di restare profittevoli per essere in grado di reinvestire in ricerca e sviluppo. Ma come sapete questa serata è tradizionalmente focalizzata sulla nostra strategia di responsabilità sociale d'impresa e quindi consentitemi di ripercorrere e sottolineare alcuni dei numeri che avete avuto modo di vedere nel video che abbiamo presentato. Li troverete anche alla fine della serata in una pubblicazione che abbiamo realizzato per la prima volta per raccontare in modo semplice, ma speriamo efficace, cosa abbiamo costruito in questi anni. Vorrei partire dai riconoscimenti che abbiamo ottenuto quest'anno, perché testimoniano che il lavoro fatto non solo ha una valenza sociale, ma anche un impatto sul brand, la reputazione e l'opinione degli stakeholder. E anticipo un ringraziamento a tutti voi che avete dato spazio a queste iniziative, perché senza il vostro supporto non avrebbero mai avuto questo impatto. E vi invito a continuare!!! Nella classifica 2017 di Reputation Institute, ci siamo confermati nella top ten con una reputazione eccellente, nonostante il meccanismo della rilevazione sia drasticamente cambiato quest'anno introducendo nuovi global player, che non erano presenti fino all'anno scorso. Ci siamo classificati al nono posto assoluto e siamo stati il secondo brand #automotive dopo Ferrari. A parità di aziende considerate, saremmo ancora al 3 posto, come l'anno scorso. Inoltre BMW si è classificata al quarto posto nel ranking Best #corporate Brands presentato in novembre in anteprima presso la sede RAI di Milano da GfK. La classifica ha visto sul gradino più alto del podio Ferrero, seguita da Ferrari e Brembo. #BMW è entrata nella top ten, dove non era presente lo scorso anno, arrivando vicinissima al podio, prima azienda non italiana. Come vedete, nonostante meccanismi e panel diversi, si nota una certa coerenza in entrambe le ricerche di mercato. BMW Italia è anche entrata nella classifica delle 400 aziende dove si lavora meglio nel nostro paese, in un sondaggio tra 15mila lavoratori di oltre 1.900 imprese con più di 250 dipendenti effettuata dall'Istituto di ricerca Statista e pubblicata su Panorama. Siamo stati recentemente insigniti anche del Premio Le Fonti "Eccellenza dell'anno per lo Smartworking" per il progetto sul lavoro agile che vede coinvolto ad oggi il 18% dei collaboratori di #BMW Italia. Infine, la Comunità di San Patrignano ci ha premiato con un "Abbraccio", il simbolico gesto che è destinato alle aziende che sostengono l'attività di recupero dei giovani della comunità. Questi risultati non sarebbero stati possibili se non avessimo strutturato un programma come Specialmente. Il progetto di responsabilità sociale d'impresa Specialmente è una piattaforma che include molte 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. A questo proposito sono oltre 200 mila le persone raggiunte in questi anni, con varie modalità. Un'azienda 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. Mettendoci anche la faccia in prima persona, impegnandoci a tutti i livelli e coinvolgendo l'intera struttura aziendale. Siamo orgogliosi di questi risultati che nascono dall'impegno di tutta l'azienda e dal coinvolgimento dei collaboratori del Gruppo #BMW, dei concessionari e dei partner. 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 nel 2008. La cooperazione di BMW Italia con Dynamo Camp e Ospedale San Raffaele ha visto nascere un programma di supporto alle sessioni dedicate ai ragazzi colpiti da malattie neurodegenerative che ha consentito di ospitare in questo triennio circa 150 famiglie e ragazzi. SciAibile, la scuola di sci per disabili nata a Salice nel 2003 ha già visto sulle piste oltre 1.200 giovani e meno giovani con differenti livelli di disabilità. Dalla conoscenza con il mondo delle discipline sportive e Paralimpiche è nato il progetto BocciaRio, sviluppato con la Federazione degli Sport Paralimpici e Sperimentali, che mira a costituire una rappresentativa italiana in grado di partecipare a Tokyo 2020. In soli 18 mesi abbiamo creato un movimento con circa 100 atleti partendo da zero. Il Centro giovani 2.0, realizzato da Save the Children ad Amatrice, ha rappresentato un punto di aggregazione per giovani, ragazzi, bambini e famiglie ed è servito per ridare fiducia e ripartire dopo il terremoto. Da qualche settimana è stato trasferito nel comune di Posta per far rinascere anche questa comunità. L'inaugurazione, fatta assieme ad Alex Zanardi e a Gianmarco Tamberi, è stata una giornata emozionante e piena di speranza. 30 sono stati i disabili che hanno partecipato ai corsi di guida della #BMW Driving Experience su vetture appositamente preparate per loro e che fanno parte della struttura permanente della scuola. Anche questa iniziativa ha visto la presenza di Alex, coinvolto nel lancio assieme a tutta la squadra paralimpica di ciclismo. Vorrei approfittare per ringraziare Alex per il grande aiuto che ci dà, supportandoci in molte di queste iniziative, e in altre che stiamo studiando assieme per il futuro, nel mondo della Guida Responsabile. In tema di sicurezza stradale grazie al BMW Kids Tour e alla #BMW Driving Experience, abbiamo erogato 23mila i corsi di guida sicura dal 2006 ad oggi e sono stati ben 27mila i bambini coinvolti nelle nostre concessionarie per imparare le prime nozioni di sicurezza stradale con il supporto della Polizia. Per le due ruote, sono stati oltre 1500 i corsi della GS Academy erogati finora. Se parliamo di cultura, mi piace ricordare che siamo legati al Teatro alla Scala di Milano dal 2002 e che grazie a Grandi Opere per Piccoli nel solo 2017 abbiamo portato a teatro 40mila piccoli spettatori con le scuole o le loro famiglie. In ambito di intercultura sono state organizzate, nel 2014 e nel 2016, le Giornate Interculturali con l'Università di Milano - Bicocca con oltre 2mila studenti partecipanti e un centinaio di associazioni. Per il 2018 stiamo preparando una nuova occasione di incontro. E veniamo alla sostenibilità. A Milano il successo di Drive Now è diventato un caso a livello di Gruppo. Con oltre 90mila iscritti, in poco più di un anno siamo oggi il riferimento per la mobilità urbana in uno scenario competitivo che aveva già player importanti sul mercato. Le 20 BMW i3 della flotta hanno una percentuale di utilizzo del 30% superiore alle altre, segno della voglia e curiosità dei milanesi di provare una mobilità diversa, più pulita e sostenibile. Saremo in grado di aumentarne il numero quando la infrastruttura di ricarica sarà sufficientemente capillare e le aree di sosta più fruibili e tutelate. Del resto anche a livello di mercato, le vendite di vetture elettrificate della nostra gamma sono cresciute dell'88% rispetto al 2016 (YTD Nov) grazie ad un'offerta sempre maggiore e a una sensibilità crescente dei consumatori, soprattutto in ambito urbano e metropolitano. Una vettura PHEV oggi permette già a chi ha una mobilità giornaliera tra i 25 e i 50km di guidare con trazione totalmente elettrica, mantenendo la flessibilità del sistema ibrido combinato per viaggi più lunghi. In linea con questa filosofia, la sede di BMW Italia utilizza energia derivata al 100% da energie rinnovabili. Il 7% viene prodotta direttamente dai pannelli solari che rivestono il tetto e che alimentano le 41 colonnine di ricarica che abbiamo installato nei nostri garage, a disposizione dei collaboratori del Gruppo per la ricarica giornaliera delle vetture elettrificate, permettendone un uso che abbatta del 100% la CO2 emessa nei Km guidati in elettrico. E non ci fermeremo qui! Abbiamo allo studio altre importanti misure per testimoniare il nostro impegno concreto ed in prima persona per modificare l'impatto della mobilità individuale e per dimostrare che è già possibile fare la

differenza oggi, anche in Italia: basta volerlo! I dettagli nelle prossime settimane... Last but not least, il sito specialmente.BMW.it nato alla fine del 2015 ha ospitato circa 350 contributi ed è stato visitato da oltre 80 mila persone . Inoltre dal mese di settembre abbiamo sviluppato in collaborazione con la nostra agenzia creativa M&C Saatchi una campagna dedicata a #specialmente per promuoverne ulteriormente i contenuti. Signore e signori, in un mondo che cambia velocemente e in modo “disruptive”, oggi più che mai riteniamo che i valori siano un asset fondamentale per far sì che la società di domani mantenga al centro l’uomo, la natura e Madre Terra, per uno sviluppo realmente sostenibile. Noi, restiamo fermamente convinti che ci sia un assoluto bisogno di responsabilità sociale. Specialmente adesso! Grazie, buona serata