

BMW Group

Corporate Communications

Intervento del

Dr. Norbert Reithofer

Presidente del Consiglio di Amministrazione di BMW AG

**Conferenza stampa sul Riassetto delle attività dello sport motoristico
di BMW AG**

Monaco, 29 luglio 2009

- fa fede la parola parlata -

Signore e Signori,

Grazie per essere presenti qui oggi, nonostante il breve preavviso.

Ieri, il Consiglio di Amministrazione ha maturato le seguenti decisioni:

- Indirizzeremo in maniera nuova le nostre attività nello sport motoristico.
- Il BMW Group porrà fine al suo impegno nella Formula 1 al termine della stagione 2009
- Rimarremo attivi nel campo dello sport motoristico, concentrandoci su uno sport motoristico più vicino alla produzione e promuovendo giovani piloti.
- Rivolgeremo la nostra competenza e le risorse finanziarie alla sostenibilità e allo sviluppo di nuove tecnologie.

Nel 2007, abbiamo fissato le basi per un riassetto strategico del BMW Group, adottando la strategia Number ONE. Ora stiamo estendendo tale strategia a tutte le aree all'interno del BMW Group.

Inoltre, abbiamo avviato un processo di cambiamento interno che procede di pari passo con un nuovo atteggiamento di tutta la nostra forza lavoro.

Tutti i provvedimenti e le attività perseguono lo stesso obiettivo, cioè garantire la redditività futura della nostra Azienda.

Questo è il punto centrale cui stiamo dedicando le nostre risorse e le nostre capacità, adattandole costantemente alle nuove esigenze.

Il BMW Group è leader mondiale nel segmento Premium dell'industria automobilistica, e crediamo che questo richieda responsabilità per quanto riguarda

- i nostri prodotti
- chi siamo come Azienda
- il nostro impegno sociale
- e il nostro modello di business premium.

Siamo del parere che il segmento premium debba rimanere un modello positivo nella nostra Azienda.

Con il lancio del programma della tecnologia EfficientDynamics, abbiamo iniziato con grande anticipo a ridurre considerevolmente il consumo di carburante e le emissioni dei nostri veicoli. Oggi, la nostra flotta BMW e MINI in Germania consuma in media solamente 5,9 litri di carburante. Valore al di sotto della media della produzione dei marchi generalisti tedeschi.

Sportività e dinamicità continuano a essere le caratteristiche chiave di tutti i modelli BMW, ma accompagnate dalla responsabilità.

All'IAA, mostreremo un concetto d'auto definibile come "CO₂ champion", che rappresenta una dimensione del piacere di guidare del tutto nuova in termini di efficienza unita alle prestazioni.

Conformemente alla strategia Number ONE, sottoponiamo i nostri progetti e iniziative a una costante revisione, per verificarne l'attuabilità e sostenibilità future.

Questo è quanto abbiamo sottolineato inizialmente, con l'annuncio della nostra strategia Number ONE. E, naturalmente, ciò include anche lo sport motoristico.

Sono sempre stato molto chiaro riguardo alla mia opinione sulle decisioni difficili che contribuiranno a garantire il successo del BMW Group nel lungo periodo.

Poiché la nostra Azienda dedica maggiore attenzione alle iniziative nell'ambito della sostenibilità, la partecipazione alla Formula Uno diventa un fattore di minor importanza in questo impegno.

È superfluo dire che questa decisione è stata molto difficile per noi, e per me personalmente.

A nome di tutto il Consiglio di Amministrazione, vorrei esprimere la nostra immensa gratitudine a Mario Theissen per il suo impegno e successi.

Tutti sanno che il marchio BMW incarna il concetto di sportività e autentico piacere di guidare.

Sportività e concorrenza leale sono saldamente radicati nel nostro DNA.

Questo è il motivo per cui resteremo fedeli allo sport motoristico. Ma lo faremo con serie che ci consentano di trasferire le tecnologie in modo più diretto e di realizzare ulteriori sinergie, rafforzando al contempo i valori del nostro marchio. Questo è nel miglior interesse dei nostri clienti.

Come azienda, stiamo effettuando un cambiamento di paradigma sulla base della nostra strategia Number ONE. Stiamo definendo nuove priorità, in un ambiente in costante mutamento.

L'attenzione del BMW Group sarà orientata allo sviluppo sostenibile negli anni e decenni a venire.

La nostra visione rimane chiara: essere il fornitore leader di prodotti e servizi di elevata qualità per la mobilità individuale.

Proseguiremo tale visione con decisione.

Vi ringrazio per l'attenzione.