

Comunicato stampa  
14 maggio 2020

## **Imparare dalle crisi, padroneggiare le sfide.**

**Flashback storico per celebrare il 100° Annual General Meeting del BMW Group. Dalla sua fondazione più di 100 anni fa, l'azienda ha sempre generato nuovo slancio dal superamento di situazioni particolarmente difficili. Forza innovativa e coraggio, determinazione e spirito di squadra sono alla base di questo innato spirito di rinnovamento.**

**Monaco.** In oltre 100 anni di storia del BMW Group, ci sono stati molti eventi che hanno presentato al business sfide eccezionali, proprio come la situazione attuale. Molti alti e alcuni bassi sono stati riscontrati nel percorso dalla modesta fabbrica di motori aeronautici allo status di leader nella produzione di automobili e motociclette. Celebrando l'occasione del suo centesimo Annual General Meeting, il BMW Group ripercorre alcuni momenti chiave dello sviluppo dell'azienda e ricorda come sono state superate le difficoltà che ha dovuto affrontare.

Ogni crisi - e questo vale anche per il presente - comporta un'opportunità per emergere con rinnovata forza. Che qualità sono necessarie per raggiungere questo obiettivo? Un'azienda con una forza innovativa che abbraccia il cambiamento ed è orientata al futuro. Un'azienda che produce prodotti pionieristici con il coraggio di sviluppare soluzioni uniche e l'indomita volontà di competere con i migliori. Poi c'è anche bisogno di una forza lavoro altamente motivata che è sempre disposta a dare il massimo. Queste capacità, abilità e talento hanno sempre permesso all'azienda di superare le battute d'arresto, uscire indenne dalle crisi e vincere le nuove sfide. La lente della storia e i principali indicatori aziendali in oltre 100 anni mostrano come le situazioni di crisi abbiano ripetutamente fornito il trampolino di lancio per sviluppare una forza rinnovata e continuare la storia di successo del BMW Group.

### **1919: sono necessari motori affidabili, non solo in aria.**

Durante la prima guerra mondiale, la neonata azienda produceva un solo prodotto: il motore aeronautico BMW IIIa. Il motore in linea a 6 cilindri aveva la reputazione di essere il miglior motore aeronautico della sua epoca. Il suo principio di progettazione fu trasferito al modello successivo - e la superiorità della tecnologia venne dimostrata con un record mondiale. Il 17 giugno 1919, un velivolo spinto dal motore aeronautico BMW IV portò per la prima volta un pilota ad un'altitudine di 9 760 metri. Mai prima di

allora un aereo aveva volato così in alto. Ma dopo la fine della guerra, la produzione di motori aeronautici fu proibita in Germania. Nuove idee dovettero essere generate in modo che l'esperienza nella costruzione di motori potesse continuare ad essere applicata in modo produttivo. Di conseguenza, BMW ampliò la sua gamma di prodotti. I motori vennero commercializzati come "Bayern Motor" o "Bavaria Engine", che in comune con i motori aeronautici presentavano un funzionamento affidabile ed efficiente in termini di consumo di carburante. Venivano equipaggiati principalmente su barche, camion e autobus.

**1923: da fornitore di motori a produttore di motociclette.**

L'affidabilità era anche il segno distintivo del "Bayern-Kleinmotor" (Bavaria Small Engine). Il primo motore Boxer della BMW era destinato solamente alla fornitura ad altri produttori. L'acquirente principale era la società di Norimberga Victoria, che utilizzava con successo il motore nelle sue motociclette. Ma quando Victoria passò all'utilizzo di un motore che la società aveva sviluppato internamente, le vendite della BMW crollarono. In questa situazione, il management dell'azienda fece la mossa audace di fare un grande salto in avanti. Il progettista capo Max Friz venne incaricato di sviluppare una motocicletta completa. La BMW R 32 fu presentata al Motor Show tedesco nel 1923. Mentre altri produttori erano ancora concentrati sulla geometria delle biciclette, Friz aveva progettato sistematicamente la BMW R 32 attorno al motore. Per la prima volta, nel modello fu montato un motore Twin Boxer con i cilindri disposti trasversalmente alla direzione di movimento. Quando la produzione di motociclette fu riavviata, la BMW si era trasformata da fornitore di motori in produttore di veicoli.

**1948: un nuovo inizio su due ruote.**

Dopo la fine della guerra nel 1945, la BMW perse il suo sito di produzione a Eisenach poiché era situata nella zona di occupazione sovietica, e con la perdita di quel luogo se ne andò anche il know-how necessario per la produzione automobilistica. Contemporaneamente iniziarono i lavori per lo smantellamento delle strutture di Monaco, parte delle quali era stata distrutta. Tuttavia, fu avviata una modesta produzione di emergenza di pentole e padelle, accessori, attrezzi agricoli e una manciata di biciclette con telai in lega di alluminio leggera. Quindi le autorità militari diedero il via libera per riavviare la produzione di veicoli a motore e la BMW R 24 fu la prima motocicletta del dopoguerra ad essere prodotta a Monaco nel 1948. Il motore monocilindrico ricevette un'accoglienza entusiasta, diventando un simbolo di coraggio imprenditoriale e segnalando il lancio di una nuova era di mobilità

individuale. Ne furono vendute oltre 12.000 e il modello successivo BMW R 25 raggiunse quasi il doppio di quel numero. E solo un anno dopo, seguì un altro modello spinto da un motore Boxer, nella forma della BMW R 51/2.

**1957: tempi magri e nuovi mercati.**

Nel 1954, la produzione annuale nello stabilimento di Monaco era salita a 30.000 motociclette. Ma subito dopo il mercato subì un cambiamento. La moto perse in termini di immagine e prestigio a favore dell'automobile. Nel giro di soli tre anni, i dati di vendita scesero a 5 400 motociclette BMW. Tuttavia, l'azienda continuò con fermezza con la produzione di motociclette. Le tradizionali commesse dalle agenzie governative continuarono a costituire un pilastro dell'attività in tempi di crisi. Le motociclette BMW avevano particolare successo per il servizio di polizia grazie alla loro affidabilità e alle loro caratteristiche di guidabilità - non solo in Germania ma anche in molti altri Paesi. Equipaggiare le pattuglie della polizia spesso ha spianato la strada per l'ingresso in nuovi mercati. La persistenza ha finito per ripagare. Nuovi modelli e il trasferimento della produzione di BMW Motorrad a Berlino nel 1969 presagirono un nuovo capitolo di successo. La nuova serie /5 fu sistematicamente progettata come un mezzo sportivo da corsa e diede slancio pionieristico al settore motociclistico. Come mezzo sportivo e per il tempo libero, la motocicletta visse un ritorno e BMW era posizionata in maniera ideale con i suoi nuovi modelli per emergere più forte dalla crisi motociclistica.

**1959: i piccoli azionisti impediscono l'acquisizione della società e la "New Class" costituisce la svolta.**

Alla fine degli anni '50, la BMW era sull'orlo del collasso finanziario. I problemi di vendite nel settore automobilistico e motociclistico avevano messo la società in gravi difficoltà. All'Annual General Meeting del dicembre 1959, la vendita della società alla Daimler Benz AG sembrava già cosa fatta. Tuttavia, fallì con un rinvio dell'ultimo minuto a seguito dell'impegno di piccoli azionisti che opposero una forte resistenza al piano di ristrutturazione che faceva parte dell'acquisizione. La principale critica degli azionisti era che il marchio BMW e la sua forza lavoro avessero ricevuto una valutazione troppo bassa nel piano di ristrutturazione. La BMW rimase indipendente, ma le basi per la ripresa economica furono poste soltanto un anno dopo con un nuovo piano di ristrutturazione sviluppato sotto l'egida del maggiore azionista Herbert Quandt. Il suo piano era basato sull'indipendenza di BMW AG, nuove strutture e nuovi modelli. La nuova piccola auto BMW 700 guidò la società sulla strada del successo e alla fine la vera svolta arrivò con la BMW 1500, il primo modello della "Nuova Classe".

**1973: attraverso la crisi petrolifera con un rimbalzo anticiclico.**

L'atteggiamento della società verso l'automobile subì un cambiamento dopo la crisi petrolifera del 1973 con il limite di velocità di 100 km/h e il divieto di circolare in auto la domenica. Le grandi macchine con grandi motori caddero in disgrazia insieme alle potenti auto sportive. Tuttavia, il management della BMW prese l'impegno di superare il periodo di magra e uscirne rafforzati. Investimenti pionieristici misero in luce la strategia anticiclica. A Monaco di Baviera, vennero aperti il nuovo edificio della sede centrale del gruppo noto come "Quattro Cilindri" e il Museo BMW. A Dingolfing un nuovo impianto di produzione iniziò le attività nel novembre 1973. Gli ingegneri per lo sviluppo dei veicoli risposero rapidamente e presentarono la BMW 1502 e la BMW 518 come due modelli entry-level a basso consumo nel 1974. Quando la crisi petrolifera si esaurì nella primavera del 1975, la domanda ricominciò a crescere. La BMW era in una posizione ideale per la ripresa con nuovi modelli, capacità di produzione ampliata e strutture di vendita ottimizzate. Ciò venne confermato già nel primo trimestre del 1975. La BMW aveva superato il record precedente del 1973 di circa il 50 per cento con 78.000 nuovi veicoli immatricolati. Due modelli registrarono vendite particolarmente buone: la BMW 1502 e la BMW 518.

**1994: un legame con delle conseguenze - MINI e Rolls-Royce rimangono dalla consociata britannica.**

Durante gli anni '70 e '80, la BMW divenne una delle case automobilistiche in più rapida crescita al mondo con una gamma di modelli ampiamente diffusa e un numero di dipendenti in costante aumento. L'acquisizione del costruttore automobilistico britannico Rover Group il 31 gennaio 1994 aveva lo scopo di ampliare in modo significativo la gamma di automobili offerte. Tuttavia, le opportunità di sviluppo furono sopravvalutate al momento dell'acquisto. La società subì una ristrutturazione per formare il BMW Group e dopo sei anni fu venduta la consociata britannica. Solo il marchio MINI rimase del BMW Group. La moderna MINI presentata nel 2001 generò una rivoluzione nel segmento delle auto di piccole dimensioni, emulando il lancio del suo predecessore classico. La nuova MINI intraprese una straordinaria storia di successo con qualità premium e sicurezza moderna, unite a divertimento di guida e stile unico. Inoltre, il BMW Group riuscì ad assicurarsi i diritti del marchio Rolls-Royce. Dal 2003, il BMW Group è quindi presente nella classe di lusso della massima qualità. In precedenza era stato costruito un nuovo impianto per la produzione della nuova Rolls-Royce Phantom a Goodwood nel Regno Unito.

**2009: il progetto i si concretizza durante la crisi finanziaria.**

Dall'autunno 2008, una crisi globale nei mercati finanziari scosse non solo il settore bancario ma anche numerosi altri settori. Di conseguenza, le vendite di automobili nei mercati più importanti subirono un calo significativo. Vennero avviati pacchetti di incentivi governativi per rilanciare la domanda e, soprattutto, per supportare l'acquisto di modelli particolarmente efficienti. Mentre in tutto il mondo furono fatti enormi sforzi per garantire il futuro del settore automobilistico, il BMW Group aveva avviato un progetto nascosto che doveva ridefinire completamente il concetto di mobilità individuale. Con questo obiettivo in mente, il BMW Group aveva già lanciato il progetto i nell'autunno 2017. L'obiettivo era sviluppare un'automobile completamente elettrica da utilizzare nelle aree urbane metropolitane e parallelamente progettare un ecosistema completo per la guida a zero emissioni locali. La BMW i3 fu presentata nell'autunno 2013 - e questo fu accompagnato da una serie di concetti, pacchetti e servizi per materiali innovativi, un processo di produzione ecocompatibile e un'infrastruttura di ricarica per trasformare la mobilità elettrica in un'esperienza piena di comfort e caratterizzata dal divertimento di guida.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Tel. +39 0251610088

Mail: [marco.di-gregorio@bmw.it](mailto:marco.di-gregorio@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://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](http://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/>