

# DERBI

LAS BALAS ROJAS ACELERAN

## DE LAS BICICLETAS A LAS MOTOS

**DERBI**

**D**

Los inicios de DERBI se sitúan en un pequeño taller de reparación de bicicletas que el señor Simeón Rabasa i Singla abrió en 1922. La empresa creció rápidamente y tras la guerra civil se establecieron los primeros contactos con las fábricas de bicicletas más importantes del país, que cristalizaron en la producción de chasis para ciclomotores y pequeñas motocicletas.

No fue hasta 1950 cuando Bicicletas Rabasa adoptó su actual denominación al presentar en la Feria de Muestras de Barcelona un nuevo modelo llamado DERBI, contracción de la expresión Derivado de Bicicleta.

La entrada del Seat 600 en 1961 supuso una fuerte caída en la venta de motocicletas de cilindrada media/superior. La crisis reapareció a finales de los años 70 y prosiguió durante la primera mitad de los 80. Bultaco, Mototrans y OSSA desaparecerían. Abelló sería absorbida por Suzuki, Montesa por Honda y Sanglas por Yamaha. DERBI logró resistir aprovechando el boom de ventas del sector tras la llegada de las marcas japonesas (firmó un acuerdo para importar los productos Kawasaki) y gracias también al lanzamiento de la famosa Variant, una verdadera revolución en su época. En 1980, Marco Gordoqui dio la vuelta al mundo en 76 días con una Derbi Variant, recorriendo un total de 18.835 km. El único altercado anecdótico fue el choque contra una vaca en la India.

Los 90 fueron unos años difíciles para la firma: se inicia una profunda renovación de la gama apostando claramente por el mercado del scooter, posicionándose como una marca joven, deportiva y con tecnología propia.

## UNA APUESTA DE FUTURO

En Julio de 2001 DERBI fue adquirida por el Grupo Piaggio, con una importante reestructuración de las marcas del grupo para superar la desaceleración que en aquel momento presentaba el sector y prepararse para ser plenamente competitivos en el futuro. Esta fue la principal razón para afrontar una profunda renovación de su identidad corporativa en 2004 llevada a cabo por SUMMA.





Un profundo estudio tipográfico ha sido necesario para diseñar un nuevo logotipo, moderno, simple y fácilmente reconocible.

La nueva identidad visual responde al inicio de una nueva etapa, más dinamismo, más modernidad, mismo espíritu. Con el objetivo de modernizar la marca, se ha simplificado la presencia de elementos, ha desaparecido la bola del mundo sobre la "I", el rabo de la "R" se ha cortado y se ha retocado tipográficamente la "D" para dotarla de carácter propio y velocidad.

Se ha mantenido la apuesta por el color rojo en reconocimiento al carácter deportivo y de competición de las famosas "balas rojas" con las que Ángel Nieto logró muchos de sus "12+1" campeonatos del mundo. La incorporación de la banda vertical de color plata es una concesión a la elegancia.

En su globalidad la nueva identidad corporativa respeta la dilatada historia de la marca y en su traslación a la estética de la gama de motocicletas apuesta por un futuro lleno de ilusión, espíritu juvenil y deportividad.

El Salón de Milán (2004) fue el marco de presentación de la nueva imagen de la marca, donde se dieron cita un buen número de nuevas motocicletas y ciclomotores DERBI caracterizadas por el alarde en tecnología y diseño.

### LOS RESULTADOS ACELERAN

Gracias a la nueva identidad corporativa, a la nueva gama de motocicletas y al cambio de normativa del carnet de conducir, DERBI ha experimentado un incremento del 149% en matriculaciones con respecto al año anterior, muy por encima del crecimiento medio del sector (56,7%).

Este auténtico boom en la evolución de ventas de motos con menos de 125cc ha llevado a que la marca italiana Piaggio, casa matriz de DERBI, se acerque a la tercera plaza en cuota de mercado con una cifra conjunta de motos matriculadas cercana a las 20.000 unidades.

En el Salón Intermot de Munich (2005), DERBI ha logrado revalidar la gesta del año pasado en el EICMA de Milán: el gran abanico de novedades ha convencido a público y a expertos, confirmando que el cambio iniciado con la entrada en el Grupo Piaggio sigue su curso ascendente.

La firma motociclista ha sabido adaptarse a los gustos, preferencias y necesidades de los amantes de las dos ruedas y se ha convertido en el primer fabricante español de ciclomotores y motocicletas de pequeña cilindrada, con una participación en nuestro mercado superior al 25%.

DERBI es hoy una marca con más de 80 años de historia que nos ha permitido disfrutar de innumerables alegrías. Durante 40 años las 'balas rojas' han ido acumulando éxitos en las pequeñas cilindradas hasta alcanzar la espectacular cifra de 85 victorias en Grandes Premios y 10 títulos mundiales de la mano de Angel Nieto (5), Jorge Martínez 'Aspar' (4) y Manuel 'Champi' Herreros (1) entre otros.

Este el 2005, en el equipo DERBI Racing Team, Pablo Nieto (Madrid, 24 años) y Nico Terol (Alcoy, 16 años) han tomado el relevo de Jorge Lorenzo y Angel Rodríguez con el objetivo de superar el listón marcado en el Mundial 2004 de 125cc: tres triunfos y un total de siete podios.

