



**PIAGGIO
GROUP**

**Corporate Social
Responsibility Report
2014**



Indice

Il Corporate Social Responsibility Report	5
Lettera del Presidente	7
L'impegno del Gruppo Piaggio	9
Modello di Corporate Social Responsibility di Piaggio	10
Generazione di valore sostenibile	12
Strategia di sostenibilità	13
Coinvolgimento degli stakeholder	14
Il processo del Piano di sostenibilità	18
Nota metodologica	21
I suoi fondamenti	22
L'analisi di materialità	22
I contenuti del report	23
Processo di redazione e assurance	24
I parametri del report	24
Profilo del Gruppo	29
Principali avvenimenti e riconoscimenti del 2014	33
Piaggio in cifre	34
Certificazioni del Gruppo Piaggio	35
Corporate Governance	37
Ruolo del Consiglio di Amministrazione	38
Codice Etico	40
Business Ethics Committee	41
Modello organizzativo ex D.Lgs 231/2001	41
Rispetto di leggi e regolamenti	42
Trasparenza e creazione di valore economico	45
Risultati 2014 e obiettivi per il futuro	46
Determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto	46
Contributi pubblici ed agevolazioni fiscali	48
Valore per gli azionisti	49
Dividendi	50
Comunicazione con gli azionisti e attività di Investor Relations	50
Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile	53
Obiettivo del Gruppo	56
Linee guida della ricerca	58
Applicazioni	59
Brevetti	68
Progetti finanziati nazionali e europei	69
Soddisfazione delle esigenze dei clienti	73
Affidabilità e qualità dei prodotti	74
Dealer	78
Clienti	79
Vespa World Club	81
Moto Guzzi World Club	82

Sostenibilità ambientale	87
Siti produttivi	89
Certificazioni ambientali	91
Riduzione dei consumi energetici	91
Riduzione delle emissioni di CO ₂ ed altri inquinanti	93
Conservazione delle risorse idriche	94
Gestione e recupero dei rifiuti	95
Biodiversità	96
Spese e investimenti per l'ambiente	96
Logistica	99
<hr/>	
Sviluppo delle risorse umane	101
Organico	103
Policy di gestione del personale	104
Diversità e pari opportunità	105
Sviluppo organizzativo: Interventi avvenuti nel 2014	109
Sviluppo del capitale umano	110
Formazione	113
Politiche di rewarding	114
Coinvolgimento e dialogo con il personale	116
Relazioni industriali	117
Sicurezza e Medicina del lavoro	121
<hr/>	
Gestione responsabile della catena di fornitura	131
Area Finanza Corporate	133
Vendor Assesment	134
Portale Fornitori	134
<hr/>	
Sostegno alle comunità locali	137
Fondazione, Museo e Archivio Storico Piaggio	138
Attività di charity e sponsorizzazioni	143
<hr/>	
Tabella degli indicatori GRI-G4	144
<hr/>	
Relazione sulla revisione limitata del Corporate Social Responsibility Report	160



Il Corporate Social Responsibility Report

PERIODO DI RENDICONTAZIONE	<ul style="list-style-type: none">› Anno finanziario 2014 (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2014).
CICLO DI RENDICONTAZIONE	<ul style="list-style-type: none">› Annuale.
DATA DI PUBBLICAZIONE	<ul style="list-style-type: none">› Questo documento è stato pubblicato il 3 aprile 2015.› Il CSR del 2013 era stato pubblicato in data 7 aprile 2014.
FORMATI DEL DOCUMENTO	<ul style="list-style-type: none">› Il presente fascicolo è disponibile in formato PDF in lingua italiana ed inglese su Internet all'indirizzo: www.piaggiogroup.com
PERIMETRO DEL BILANCIO	<ul style="list-style-type: none">› Le informazioni e i dati si riferiscono alle aziende del Gruppo Piaggio incluse nel perimetro di consolidamento al 31 dicembre 2014.› I dati finanziari riflettono quelli riportati nel Bilancio Consolidato 2014 del Gruppo Piaggio.
CONTENUTO DEL REPORT	<ul style="list-style-type: none">› I contenuti del CSR 2014 si basano sui requisiti del Global Reporting Initiative G4 - opzione Core.
ATTESTAZIONE	<ul style="list-style-type: none">› Il CSR 2014 è stato sottoposto ad attività di revisione da parte di PricewaterhouseCoopers Advisory SpA, organismo di certificazione indipendente, conformemente alla procedura SRA (Sustainability Reporting Assurance), alle linee guida GRI-G4 ed alla norma AA 1000 APS (2008).
CONTATTI	<ul style="list-style-type: none">› COMITATO ETICO Email: businessethics.committee@piaggio.com› INVESTOR RELATIONS Raffaele Lupotto – Senior Vice President, Head of Investor Relations Email: investorrelations@piaggio.com Tel. +390587 272286 Fax +390587 276093› UFFICIO STAMPA Email: press@piaggio.com

Lettera del Presidente



Negli ultimi giorni del 2014, il Gruppo Piaggio è entrato nel suo centotrentesimo anno di vita. Poche aziende industriali possono vantare un così lungo e ininterrotto cammino. Così come lungo e ininterrotto è il successo di alcuni dei Marchi e dei prodotti che danno al nostro Gruppo, oggi come ieri, grande visibilità ed eccellente reputazione in tutto il mondo.

Il Gruppo Piaggio è, nel settore delle due ruote motorizzate, il primo produttore europeo e uno dei più importanti player mondiali. E' protagonista indiscusso anche in altri ambiti di prodotto, come il trasporto leggero delle merci che lo vede leader del gigantesco mercato del subcontinente indiano. E' un competitor ormai

consolidato su numerosi grandi mercati asiatici delle due ruote, come pure nel settore dello scooter in Nord America.

Nel contempo, il nostro Gruppo, al fine di mantenere sempre e ovunque i propri livelli di competitività e perseguire il successo delle proprie gamme prodotti, è necessariamente obbligato a rispondere alla sfide poste da un mercato sempre più interconnesso, caratterizzato dalla globalizzazione di comunicazione, di stili di vita e di consumo.

Per questo il Gruppo Piaggio è impegnato a creare e consolidare una propria nuova cultura, che mira a sviluppare e rendere visibili i suoi valori fondanti su un palcoscenico globale. Questo significa comprendere e anticipare i bisogni e i desideri dei clienti. Significa investire non solo in ricerca, sviluppo e produzione, per definire e ricercare nuove e vincenti tipologie di prodotto, ma anche sapere trasferire e comunicare, in tutto il mondo e in ogni mercato, tutto il valore del Gruppo, dei suoi marchi, della sua capacità di innovare. Ampliando e arricchendo di contenuti il livello di comunicazione con i clienti attuali e potenziali, sia dal punto di vista dell'utilizzo dei più avanzati sistemi di dialogo, sia dell'offerta fisica di spazi di vendita allineati ai migliori standard mondiali e capaci di creare un'esperienza di conoscenza e di acquisto del prodotto all'altezza del nostro patrimonio di Marchi e tecnologia.

Per tutto questo il Gruppo Piaggio deve confermarsi e crescere - fondandosi sul patrimonio costituito dalle donne e dagli uomini su cui noi facciamo affidamento - come straordinario incubatore per lo sviluppo di nuovi prodotti, nuove tecnologie, nuove soluzioni per una mobilità individuale evoluta, ponendosi come leader in un settore che è sinonimo di libertà e di miglioramento della qualità della vita.

Il Presidente e Amministratore Delegato
Roberto Colaninno



L'IMPEGNO DEL GRUPPO PIAGGIO

Modello di Corporate Social Responsibility di Piaggio	10
Generazione di valore sostenibile	12
Strategia di sostenibilità	13
Coinvolgimento degli stakeholder	14
Il processo del Piano di sostenibilità	18



“Tutto ciò che ha valore nella società umana dipende dalle opportunità di progredire che vengono accordate ad ogni individuo”.

Albert Einstein

Il Gruppo Piaggio, caratterizzato oggi da una forte connotazione internazionale, ha saputo esportare un modello imprenditoriale incentrato sulla capacità d'innovazione e sul forte legame con i territori nei quali opera ed una filosofia del fare impresa caratterizzata da una forte responsabilità sociale: la cultura della sicurezza, il rispetto delle persone e la tutela delle risorse naturali sono ovunque patrimonio comune nel Gruppo Piaggio.

Siamo consapevoli che per poter operare con successo nel mercato globale dobbiamo mettere al centro del nostro modello di business un'attenta politica di rispetto dell'ambiente, in sintonia con i bisogni delle comunità in cui operiamo ed a supporto del loro sviluppo economico e sociale.

I comportamenti del Gruppo sono guidati dai principi e dai valori sanciti all'interno del Codice Etico, cui deve attenersi tutto il personale del Gruppo ed a cui sono invitati ad aderire tutti coloro che interagiscono con l'Azienda in ogni parte del mondo.

Tra gli obiettivi del Gruppo vi è la creazione di valore per tutti gli azionisti nel rispetto dell'etica degli affari ma anche la realizzazione di una serie di valori sociali.

In particolare, la strategia industriale è fondata sull'innovazione tecnologica rivolta ad una mobilità eco-compatibile.

In quest'ottica, il Gruppo ha innanzitutto individuato nella ricerca di soluzioni all'avanguardia il fattore critico di successo verso cui orientare le scelte di investimento e le iniziative industriali. Innovazione orientata alla riduzione delle emissioni inquinanti e dei consumi nonché all'aumento della sicurezza dei veicoli. Inoltre, il Gruppo Piaggio crede fortemente che il coinvolgimento degli stakeholder costituisca uno degli elementi fondamentali per lo sviluppo dell'Azienda e allo stesso tempo delle comunità all'interno delle quali opera, in termini di benessere economico e sociale.

La tutela dell'ambiente nello svolgimento di tutte le attività aziendali è essenziale per una coesistenza armoniosa tra uomini, tecnologia e natura. Tutto questo trova realizzazione innanzitutto attraverso la creazione di prodotti sostenibili, che devono essere fabbricati utilizzando impianti con il minor impatto ambientale possibile. La sostenibilità dei sistemi produttivi diviene possibile attraverso investimenti per la massimizzazione dell'efficienza dei processi e la riconversione degli impianti non più competitivi.

La strategia ambientale per i siti produttivi del Gruppo consiste nella razionalizzazione dei consumi delle risorse naturali e nella minimizzazione delle emissioni nocive e dei rifiuti risultanti dalla produzione.

Le persone sono per Piaggio un patrimonio fondamentale, indispensabile per la creazione di valore aggiunto nel lungo periodo. Il Gruppo ha definito obiettivi di crescita, valorizzazione, formazione del capitale umano, assicurando che siano giustamente riconosciuti i contributi e soddisfatte le attese e le aspirazioni di ognuno.

Al fine di raggiungere l'obiettivo dello sviluppo sostenibile, la crescita deve estendersi oltre il perimetro aziendale e abbracciare anche fornitori e dealer, per i quali Piaggio vuole rappresentare un partner affidabile, con cui costruire un percorso di sviluppo comune, volto alla creazione di valore per il cliente finale. Il successo di un'azienda nel tempo è strettamente legato alla fiducia e alla soddisfazione del cliente: i clienti devono essere ascoltati, informati e rispettati, instaurando relazioni basate sulla trasparenza e la fiducia.

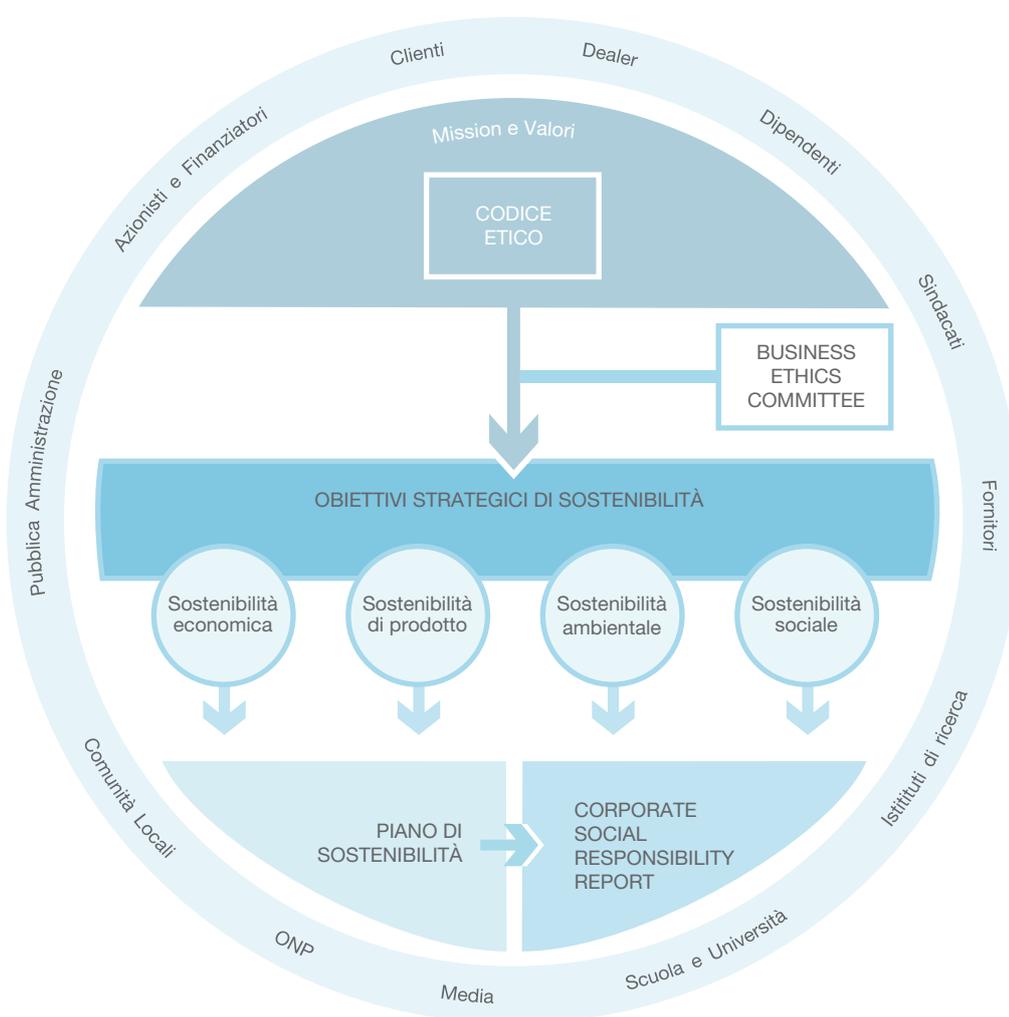
L'impegno di Piaggio è testimoniato dalla fiducia e dall'attenzione riservata dagli investitori socialmente responsabili che rappresentano oltre il 5% del nostro azionariato istituzionale.

Modello di Corporate Social Responsibility di Piaggio

Il modello di Corporate Social Responsibility (CSR) di Piaggio parte dalla missione e dai valori che hanno contraddistinto l'Azienda nella sua storia e che, nel 2004, sono confluiti nella definizione di un Codice Etico di Gruppo.

La mission e i valori si traducono poi in obiettivi strategici di sostenibilità, che si declinano secondo le dimensioni di sostenibilità rilevanti per il Gruppo: sostenibilità economica, sostenibilità di prodotto, sostenibilità ambientale e sostenibilità sociale. Sulla base di tali dimensioni ed in coerenza con gli obiettivi strategici definiti, il Gruppo ha predisposto un piano pluriennale di sostenibilità con obiettivi a breve e medio-lungo termine, che trova nel Corporate Social Responsibility Report la sua rendicontazione periodica, secondo i principi di massima trasparenza e di miglioramento continuo delle performance economiche, ambientali, sociali e di prodotto.

L'intero processo è coordinato da un comitato appositamente istituito nel 2008, il Business Ethics Committee.



Modello di Corporate Social
Responsibility
in Piaggio

Missione:

Missione del Gruppo Piaggio è creare valore per gli azionisti, i clienti e i dipendenti operando come player globale e realizzando prodotti, servizi e soluzioni di qualità superiore, per la mobilità urbana ed extraurbana, sempre adeguati all'evoluzione dei bisogni e degli stili di vita.

Affermarsi come operatore che contribuisce allo sviluppo sociale ed economico delle comunità in cui opera, agendo nel rispetto delle esigenze di salvaguardia dell'ambiente e del benessere collettivo. Essere protagonista mondiale della mobilità leggera "made in Italy" per design, creatività e tradizione. Posizionarsi come azienda di riferimento europeo, riconoscibile a livello internazionale, accreditando un modello che fa perno sulla qualità, sulla tradizione e sulla creazione di valore nel tempo.

Valori:

Valore per il cliente:

Gestire e sviluppare un'organizzazione flessibile e veloce, in cui tutti i processi, le persone e i partner esterni (fornitori, dealer) sono focalizzati sulla generazione di valore percepibile dal cliente.

Valore per l'azionista:

Realizzare gli obiettivi di ritorno sul capitale investito, per soddisfare le attese degli azionisti e garantire la continuità dello sviluppo.

Valore delle persone:

Valorizzare le capacità e il talento di ciascuno, attrarre e mantenere in azienda le risorse migliori.

Valore dei marchi:

Investire sulla valorizzazione dei marchi, come leva per sviluppare la presenza sui mercati e costruire un posizionamento competitivo unico e distintivo.

Innovazione orientata al cliente:

Sviluppare prodotti innovativi e riconoscibili per stile, qualità, sicurezza, livello di consumi e basso impatto ambientale.

Internazionalizzazione:

Essere un'impresa multinazionale per organizzazione, cultura, modalità di presenza sui mercati globali, per il rispetto delle culture di ogni Paese in cui il Gruppo opera, e per la gestione del patrimonio di risorse umane presente a livello internazionale.

Generazione di valore sostenibile

Il Gruppo Piaggio persegue la creazione di valore e la crescita di lungo periodo attraverso una gestione responsabile di tutte le aspettative degli stakeholder.

La struttura organizzativa del Gruppo Piaggio analizzata attraverso l'applicazione del modello della catena del valore teorizzato dal Prof. Michael Porter nel 1985 è la seguente:



Ogni funzione aziendale primaria nello svolgimento della propria attività ricerca la creazione di valore per tutti gli azionisti nel rispetto dell'etica degli affari ma anche la realizzazione di una serie di valori sociali.

In particolare:

- › la R&D (Research and Development) si occupa dello sviluppo delle tecnologie applicabili ai prodotti di nuova generazione;
- › la Progettazione studia i veicoli di prossima commercializzazione che sappiano meglio rispondere alle esigenze dei clienti;
- › le Attività operative ricercano la riduzione dei consumi e delle emissioni ed un consumo responsabile delle risorse;
- › la Logistica persegue la massimizzazione dell'efficienza delle attività di gestione dei flussi di beni materiali in ingresso ed in uscita dell'organizzazione;
- › gli uffici Marketing e vendite svolgono l'attività di promozione del prodotto nei mercati e di gestione del processo di vendita nel più rigoroso rispetto delle norme stabilite dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria;
- › l'Assistenza post vendita alla clientela viene effettuata con la cura e la competenza necessaria a garantire uno standard di servizio tra i più alti del mercato.

I processi di supporto e approvvigionamento

I processi di supporto sono quelli che non contribuiscono direttamente alla creazione dell'output ma che sono necessari perché quest'ultimo sia prodotto e sono:

- › Approvvigionamenti: l'insieme di tutte quelle attività preposte all'acquisto delle risorse necessarie alla produzione dell'output ed al funzionamento dell'organizzazione;
- › Gestione delle risorse umane: ricerca, selezione, assunzione, addestramento, formazione, aggiornamento, sviluppo, mobilità, retribuzione, sistemi premianti, negoziazione sindacale e contrattuale, ecc.;
- › Attività infrastrutturali: tutte le altre attività quali contabilità, finanza, pianificazione, sistemi informativi, affari legali, direzione generale, ecc..

Strategia di sostenibilità

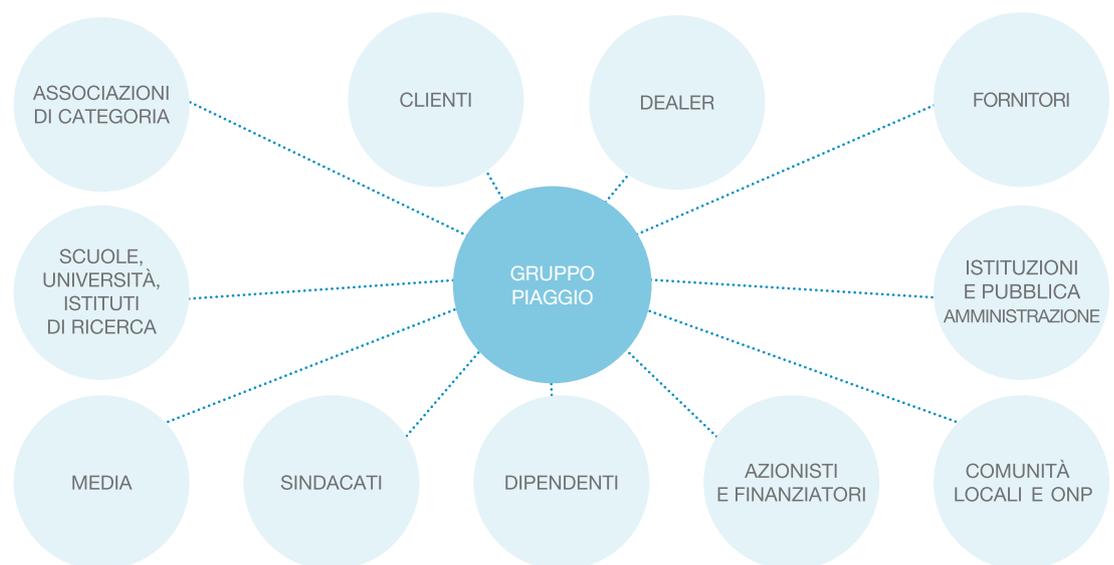
Gli obiettivi strategici della Corporate Social Responsibility (CSR) del Gruppo - in larga parte integrati e fortemente correlati allo sviluppo del piano strategico per il periodo 2014-2017 - in larga parte si sviluppano secondo le seguenti direttrici:

Trasparenza	› Puntualità, correttezza, esaustività del flusso di informazioni verso gli stakeholder.
Creazione di valore economico	› Creazione di valore nel rispetto dell'etica di impresa.
Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile	› Investimenti tecnologici per rispondere alla necessità di una mobilità sostenibile. › Innovazione volta allo sviluppo di prodotti eco-compatibili, sicuri ed a basso costo di utilizzo.
Sostenibilità ambientale	› Riduzione dei consumi energetici. › Riduzione delle emissioni di CO ₂ ed altri inquinanti. › Conservazione delle risorse naturali. › Gestione e recupero dei rifiuti.
Sviluppo delle risorse umane	› Crescita, formazione e valorizzazione delle risorse umane al fine di soddisfare le attese e le aspirazioni di ognuno.
Soddisfazione delle esigenze dei clienti	› Ascolto e assistenza ai clienti al fine di instaurare relazioni basate sulla trasparenza e sulla fiducia. › Sviluppo della Company Advocacy in co-partnership con la rete dealer. › Commercializzazione di prodotti eco-compatibili, affidabili, sicuri ed a basso costo di utilizzo.
Gestione responsabile della catena di fornitura	› Collaborazione e cooperazione con i fornitori attraverso progetti di sviluppo comune. › Rispetto dei diritti umani.
Sostegno alle comunità locali	› Dialogo e sostegno delle comunità locali attraverso iniziative sociali, culturali ed educative.

Coinvolgimento degli stakeholder

Nell'atto di sviluppare una strategia di responsabilità sociale, è fondamentale definire il contesto di riferimento dell'Azienda per tenere conto di tutti i soggetti, interni o esterni all'organizzazione, la cui attività influenza l'operato aziendale. Gli stakeholder, infatti, si qualificano come portatori di interessi o aspettative di varia natura (sociale, economica, professionale, umana) nei confronti dell'Azienda. A partire da questa definizione, il Business Ethics Committee ha individuato una serie di categorie di portatori d'interesse rispetto all'operato del Gruppo: clienti, dipendenti, azionisti e finanziatori, dealer, fornitori, sindacati, istituzioni e pubbliche amministrazioni, comunità locali e organizzazioni non governative, scuole, università ed istituti di ricerca, media, associazioni di categoria.

Mappa degli stakeholder del Gruppo Piaggio



Ricercando costantemente un dialogo costruttivo con i propri stakeholder, Piaggio ha sviluppato un approccio integrato alla gestione dell'ambiente in cui opera. L'attento monitoraggio delle aspettative di ciascun interlocutore rappresenta, infatti, una grande opportunità per affinare le proprie attività. Proprio in questa direzione sono compiuti gli sforzi di Piaggio: comprendere i possibili punti di miglioramento per offrire prodotti sempre all'altezza dei propri clienti e comunicare sempre più con trasparenza ed efficacia la propria filosofia ed il proprio modo di fare impresa.

Il sito corporate del Gruppo Piaggio www.piaggiogroup.com ricopre un ruolo centrale nella comunicazione tra impresa e stakeholder. Tale sito, disegnato al fine di offrire informazioni trasparenti e puntuali in tema di comunicazione istituzionale e finanziaria, nonché sulle attività corporate del Gruppo, risulta da tre anni nella "top 10" della prestigiosa classifica "KWD Webranking Italy", ricerca annuale che valuta i migliori siti corporate delle società quotate in Borsa Italiana.

Nel corso del 2014 Piaggio ha recepito le più recenti evoluzioni del reporting di sostenibilità a livello internazionale – come il nuovo standard GRI-G4 e il framework dell'IIRC (International Integrated Reporting Council) – ed ha attivato un processo di "analisi della materialità" volto ad individuare e pesare le tematiche di interesse e le aspettative degli stakeholder incrociandole con la strategia e gli obiettivi dell'Azienda.

Tale metodologia basata sulla cosiddetta "analisi di materialità" costituisce la base per l'individuazione dei temi sui quali incentrare la rendicontazione di sostenibilità.

La lettura della matrice di materialità rispetto a ciascun asse porta ad approfondire:

- › sull'asse orizzontale, i temi su cui Piaggio prevede di focalizzare i propri sforzi e il "livello" a cui tale impegno sarà affrontato;

› sull'asse verticale, la priorità che gli stakeholder, opportunamente ponderati sulla base della loro rilevanza, attribuiscono alle varie tematiche.



Mapa delle tematiche significative per gli stakeholder

Clients

Modalità di coinvolgimento

- › Contact center
- › Indagini sulla soddisfazione dei clienti
- › Canali di comunicazione (siti web, social media)
- › Eventi (test itineranti, fiere)

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Qualità, sicurezza ed affidabilità dei prodotti.	› Investimenti in prodotti sempre più sicuri ed affidabili.
Bassi consumi ed emissioni.	› Studio di motori innovativi a bassi consumi ed emissioni.
Tempestività di risposta e di soluzione dei problemi.	› Sforzo per migliorare la professionalità, la tempestività e la cortesia del personale del contact center e dei concessionari.

Dealer

Modalità di coinvolgimento

- › Rapporti quotidiani
- › Dealer Website
- › Dealer Support Services/Help desk

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Sostegno all'attività commerciale.	› Sviluppo di un sito web dedicato.

Fornitori

Modalità di coinvolgimento

- › Rapporti quotidiani
- › Portale fornitori

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Continuità nella fornitura.	› Implementazione Portale Fornitori.
Collaborazione e condivisione delle best practices.	› Campagne di Vendor Rating.

Azionisti e finanziatori

Modalità di coinvolgimento

- › Conference call/Road Show
- › Piaggio Analyst and Investor Meeting

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Informativa chiara e tempestiva.	› Piaggio promuove un dialogo continuo con analisti e finanziatori.
Remunerazione e difesa del valore patrimoniale dell'investimento.	› Politica di acquisto di azioni proprie.

Dipendenti

Modalità di coinvolgimento

- › Rete Intranet aziendale
- › Piaggio InfoPoint
- › Piaggio Net International
- › Servizio web mail
- › Evaluation Management System
- › Wide – Piaggio Magazine

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Comunicazione aziendale chiara e tempestiva.	› Piaggio promuove un dialogo continuo e costruttivo con i dipendenti.
Ambiente di lavoro sano e sicuro.	› Ottenimento delle certificazioni di salute e sicurezza per gli stabilimenti del Gruppo.
Opportunità di sviluppo e formazione professionale.	› Predisposizione di percorsi di carriera professionale e manageriale per i giovani talenti.
Politiche di rewarding trasparenti.	› Politica retributiva improntata su criteri di meritocrazia ed equità.
Rispetto dei diritti umani e delle diversità.	› Adesione ad un codice etico che esplicitamente vieta qualsiasi forma di discriminazione e di lavoro coatto.

Sindacati

Modalità di coinvolgimento

- › Incontri
- › Partecipazioni a comitati

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Dialogo aperto e costruttivo.	› Piaggio promuove un dialogo continuo e costruttivo con le organizzazioni sindacali.

Media

Modalità di coinvolgimento

- › Comunicati stampa
- › Eventi ed iniziative di comunicazione istituzionale
- › Lanci stampa di prodotto
- › Test ride di prodotto
- › Wide – Piaggio Magazine

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Disponibilità, trasparenza e tempestività delle informazioni sull'azienda ed i suoi prodotti.	› Adesione al codice di autodisciplina della comunicazione commerciale. › Rafforzamento dei rapporti con i media dei vari paesi in cui il Gruppo opera.

Scuole, Università ed Istituti di ricerca

Modalità di coinvolgimento

- › Cooperazione su progetti di ricerca
- › Attività di docenza
- › Stages

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Cooperazione su progetti comuni.	› Collaborazione con università ed istituti di ricerca su progetti di ricerca.
Attività di formazione.	› Promozione di stages per laureandi e laureati. › Attività di docenza di proprio personale presso alcune facoltà.

Associazioni di categoria

Modalità di coinvolgimento

- › Incontri, meeting e presentazioni

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Perseguimento di obiettivi comuni.	› Partecipazione ad associazioni di categoria.

Istituzioni e pubblica amministrazione

Modalità di coinvolgimento

- › Dialogo continuo sugli sviluppi normativi
- › Incontri periodici *ad hoc*
- › Partecipazione alle commissioni parlamentari incaricate di discutere e formulare nuove norme

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Rispetto di leggi e regolamenti. Ricettività e propositività con riguardo a tematiche ambientali e sociali.	› Investimenti nella R&S di prodotti innovativi che anticipano eventuali restrizioni delle attuali normative.
Supporto su specifiche tematiche tecniche.	› Partecipazione attiva alle commissioni parlamentari incaricate di discutere e formulare nuove norme.

Comunità locali e Organizzazioni non profit

Modalità di coinvolgimento

- › Incontri
- › Mostre ed eventi
- › Raduni

Aspettative degli Stakeholder	Le nostre azioni
Contributi a sostegno di iniziative di charity.	› Sostegno a numerose iniziative di charity.
Organizzazione di raduni ed eventi per appassionati.	› Tramite il Vespa World Club ed il Moto Guzzi World Club il Gruppo organizza manifestazioni, raduni e gare per i propri clienti.
Sviluppo delle comunità locali.	› La Fondazione ed il Museo Piaggio svolgono una funzione di polo di aggregazione e di riferimento culturale per il territorio.
Rispetto dell'ambiente.	› Ottenimento della certificazione ambientale per gli stabilimenti produttivi.

Il processo del Piano di sostenibilità

Nell'ambito dell'impegno profuso da tutto il Gruppo, Piaggio ha intrapreso un percorso di miglioramento continuo che si basa sulla definizione di un piano di CSR, nell'ottica sia di massima trasparenza verso gli stakeholder che di costante tensione al miglioramento. Ai fini della definizione del Piano di sostenibilità, sono state considerate non solo le attese degli stakeholder e gli obiettivi strategici del Gruppo, ma anche le indicazioni degli standard di rendicontazione internazionali, come le linee guida del GRI e le richieste di informativa degli investitori etici.

Il Piano di sostenibilità viene aggiornato annualmente in sede di preparazione del CSR dal team del Bilancio Consolidato che si occupa anche della redazione di quest'ultimo documento.

Il processo si compone di tre fasi:

- › la fase di pianificazione: gli impegni e gli obiettivi sono definiti in collaborazione con le funzioni e le aree operative coinvolte nel loro conseguimento. La proposta di Piano di sostenibilità così definita viene sottoposta all'approvazione del Business Ethic Committee che ne analizza la coerenza con le strategie del Gruppo e viene formalmente approvato dal Consiglio di Amministrazione congiuntamente all'approvazione del documento di CSR;

- › la fase di gestione: la responsabilità del raggiungimento dei singoli obiettivi inseriti nel Piano è affidata alle funzioni e alle aree operative che dispongono delle risorse, degli strumenti e delle competenze necessarie per il loro conseguimento;
- › la fase di controllo: a garanzia degli impegni assunti nel report di sostenibilità, insieme ai nuovi obiettivi posti per il futuro, viene data evidenza dei risultati conseguiti a fronte degli impegni presi.



NOTA METODOLOGICA

I suoi fondamenti	22
L'analisi di materialità	22
I contenuti del report	23
Processo di redazione e assurance	24
I parametri del report	24



Il Gruppo Piaggio pubblica, a partire dal 2008, annualmente su base volontaria, il Corporate Social Responsibility Report che rappresenta uno strumento di rendicontazione delle performance in ambito non solo economico, ma anche ambientale e sociale ed un importante momento di comunicazione con gli stakeholder, interni ed esterni.

Il Gruppo ha svolto e pubblicato nel CSR 2014 un'analisi strutturata della "materialità" dei temi di sostenibilità per l'Azienda e per i suoi stakeholder, che ha consentito di realizzare un'informativa più snella e maggiormente focalizzata sui temi chiave per i portatori di interesse del Gruppo.

I suoi fondamenti

Il Corporate Social Responsibility Report 2014 è redatto in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (GRI-G4) opzione Core, pubblicate nel maggio 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative. Il Gruppo si è ispirato, per la definizione dei contenuti del Report, ai principi di materialità, inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità e completezza, al fine di garantire la qualità delle informazioni e l'adeguatezza delle modalità di presentazione ai principi di equilibrio, chiarezza, accuratezza, tempestività, comparabilità e affidabilità.

Le attività di rendicontazione e di redazione del documento finale hanno coinvolto trasversalmente tutte le funzioni e le società del Gruppo e sono state coordinate centralmente dalla funzione Bilancio Consolidato di Gruppo, sotto la guida del Business Ethics Committee.

Il presente Bilancio, inoltre, è conforme ai principi di inclusività, materialità e rispondenza indicati nell'AA1000APS (AccountAbility Principles Standard) emanato nel 2008 da AccountAbility, istituto internazionale di ricerca applicata sui temi della sostenibilità.

In riferimento al principio di materialità, in particolare, il grado di approfondimento con cui i diversi argomenti sono trattati nella rendicontazione è stato determinato in base al loro peso negli obiettivi e nelle strategie del Gruppo Piaggio e alla loro rilevanza per gli stakeholder, determinati attraverso un processo strutturato di analisi della materialità.

L'analisi di materialità

L'analisi di materialità è stata condotta in base alle linee guida del GRI G4 rispetto alla definizione delle tematiche rilevanti e all'applicazione del principio di materialità.

Alla base dell'analisi vi è stato un processo strutturato di mappatura e prioritizzazione degli stakeholder rilevanti per il Gruppo, che ha visto il coinvolgimento delle strutture aziendali dedicate alle relazioni con i diversi portatori di interesse (Business Ethics Committee, Investor Relator, Direzione del Personale, Direzione Tecnologie, Direzione Acquisti, Direzione Commerciale, Direzione Relazioni Esterne). La rilevanza dei diversi stakeholder è stata valutata e ponderata in relazione ai seguenti parametri: dipendenza (intesa come importanza della relazione per lo stakeholder), influenza (importanza della relazione per l'azienda) e urgenza (dimensione temporale della relazione).

La definizione delle tematiche rilevanti per Piaggio si è basata su varie fonti, tra cui le politiche e i principi di condotta aziendali, il Bilancio di sostenibilità 2013, le iniziative di ascolto degli stakeholder.

Su tali temi sono state indagate due dimensioni:

- › dal lato degli stakeholder, l'importanza relativa di ciascuna tematica così come percepita dalla funzione aziendale in relazione con lo stesso;
- › dal lato dell'Azienda, i temi su cui Piaggio ha previsto di focalizzare i propri sforzi e il "grado" di impegno.

Nella parte alta della matrice risultano, quindi, i temi su cui è previsto, nell'ambito degli obiettivi strategici di Gruppo, un investimento elevato per i prossimi anni.

L'analisi delle due dimensioni ha consentito di "prioritizzare" le tematiche e di posizionarle su una matrice, riportata a pagina 15. La matrice di materialità fornisce un quadro di sintesi delle tematiche potenzialmente in grado di influenzare le azioni e le performance di Piaggio e le decisioni dei suoi stakeholder, nonché del grado di "allineamento" o "disallineamento" tra la priorità di intervento attribuita dagli stakeholder alle diverse tematiche e il grado di impegno che il Gruppo si assume su di esse.

I contenuti del report

Sulla base dei risultati dell'analisi di materialità è stato possibile definire la struttura del Bilancio di sostenibilità 2014 focalizzandolo maggiormente sui temi "materiali". Allo stesso modo il livello di materialità delle tematiche, a loro volta articolate in sotto-tematiche di dettaglio, ha influenzato il grado di approfondimento con cui trattare i singoli argomenti e indicatori GRI G4, nonché la scelta dello strumento di rendicontazione più adeguato a rappresentarli (Bilancio Consolidato 2014 e Relazione di Corporate Governance), ai quali si rimanda per la trattazione o l'approfondimento di temi più specifici, rispettivamente, delle performance economiche e della governance.

Il GRI Content Index, riportato in Appendice, contiene i riferimenti puntuali al Bilancio di sostenibilità 2014 e agli altri strumenti di rendicontazione del Gruppo.

Tematica	Impatto su	Capitolo di riferimento	Perimetro di rendicontazione
Trasparenza	Tutte le società del Gruppo	Corporate Governance Trasparenza e creazione del valore economico	Tutte le società del Gruppo
Creazione di valore economico	Tutte le società del Gruppo - Azionisti - Finanziatori - Dipendenti - Fornitori	Trasparenza e creazione del valore economico	Tutte le società del Gruppo
Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile: >mobilità sostenibile; >prodotti eco-compatibili, sicuri ed a basso costo di utilizzo	Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited - PADC - Foshan Piaggio Vehicles Technologies - Clienti	Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile	Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited - PADC - Foshan Piaggio Vehicles Technologies
Sostenibilità ambientale: >riduzione dei consumi energetici; >riduzione inquinanti; >conservazione delle risorse naturali; > gestione e recupero dei rifiuti	Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited - Comunità locali - Fornitori	Sostenibilità ambientale	Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited
Sviluppo delle risorse umane: >gestione del personale; >diversità e pari opportunità; >sviluppo >formazione; >rewarding; >dialogo; >relazioni industriali; >salute e sicurezza	Dipendenti	Sviluppo delle risorse umane	Tutte le società del Gruppo
Soddisfazione delle esigenze dei clienti: >ascolto ed assistenza; >Company Advocacy	Clienti e dealer	Soddisfazione delle esigenze dei clienti	Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited
Gestione responsabile della catena di fornitura	Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited - PADC - Foshan Piaggio Vehicles Technologies - Fornitori	Gestione responsabile della catena di fornitura	Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited
Sostegno alle comunità locali	Tutte le società del Gruppo - Comunità locali	Sostegno alle comunità locali	Museo e Fondazione Piaggio - Piaggio & C - Piaggio Vietnam - Piaggio Vehicles Private Limited

Processo di redazione e assurance

Il processo di rendicontazione e monitoraggio dei Key Performance Indicators (KPI) rilevanti per la sostenibilità coinvolge la Holding, per quanto attiene alle tematiche trasversali, e tutte le Divisioni e Società del Gruppo per le tematiche e gli indicatori specifici dei diversi settori di attività.

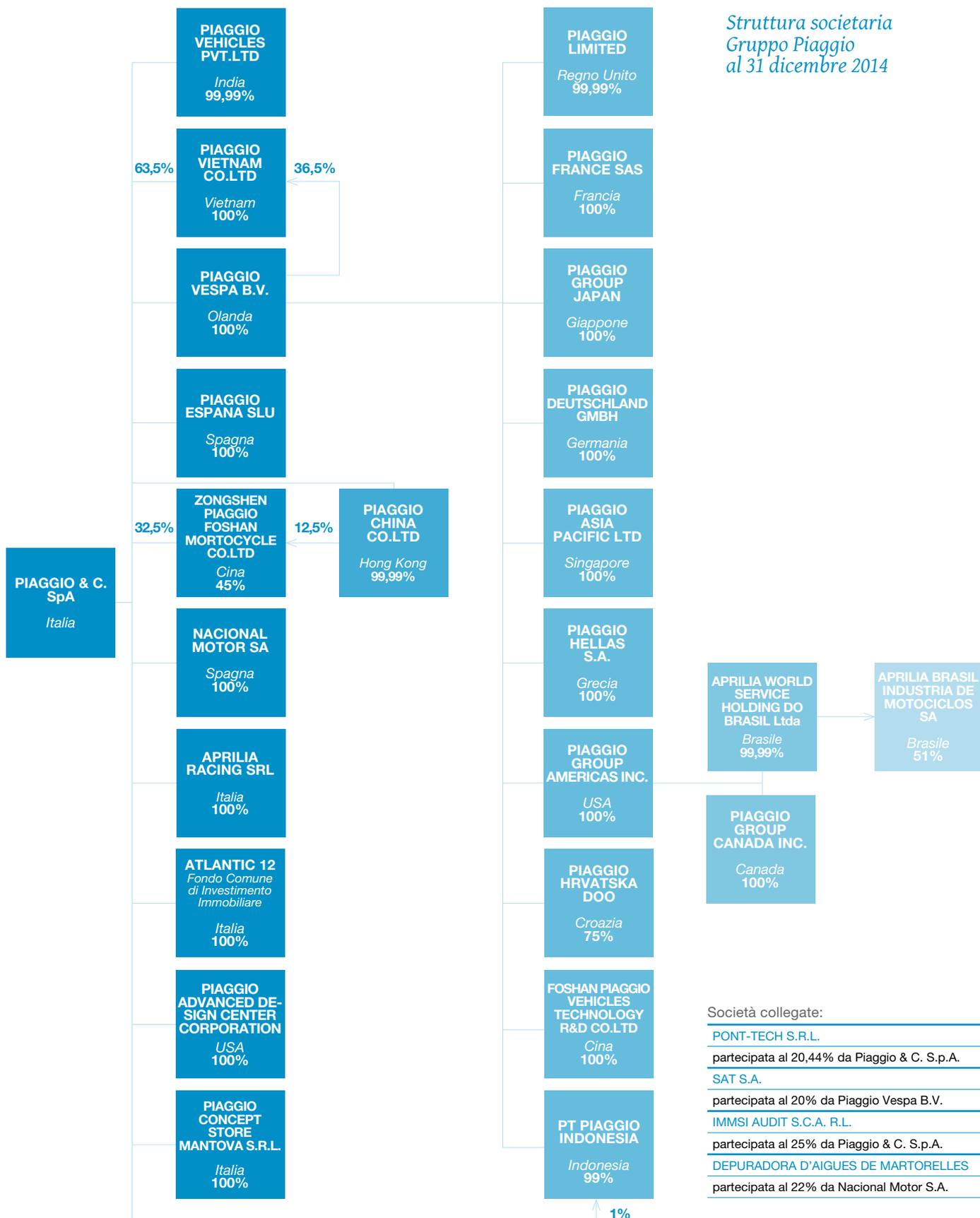
All'interno delle strutture coinvolte sono stati individuati i responsabili della raccolta, verifica ed elaborazione dei KPI di competenza. Il consolidamento dei risultati avviene sotto la responsabilità dell'unità Bilancio Consolidato di Gruppo della Direzione Amministrazione, Finanza e Controllo, alla quale compete il coordinamento dell'intero processo di raccolta ed elaborazione degli indicatori quantitativi, nonché il coordinamento del processo di redazione del Bilancio di sostenibilità. Il Bilancio di sostenibilità viene sottoposto all'analisi e alla valutazione del Business Ethic Committe, che ne verifica la completezza e l'attendibilità; il documento viene poi approvato dal Consiglio di Amministrazione e infine presentato all'Assemblea Generale degli Azionisti in concomitanza col Bilancio Consolidato di Gruppo.

Il Bilancio di sostenibilità 2014 è sottoposto a revisione limitata da parte di PricewaterhouseCoopers Advisory SpA. La relazione che descrive i principi adottati, le attività svolte e le relative conclusioni è riportata in Appendice.

I parametri del report

Le informazioni ed i dati contenuti all'interno del Corporate Social Responsibility Report 2014 fanno riferimento alle società controllate (italiane ed estere) al 31 dicembre 2014 e alle loro attività sviluppate nel corso del 2014, salvo diversamente indicato.

Struttura societaria
 Gruppo Piaggio
 al 31 dicembre 2014



Società collegate:

- PONT-TECH S.R.L.
partecipata al 20,44% da Piaggio & C. S.p.A.
- SAT S.A.
partecipata al 20% da Piaggio Vespa B.V.
- IMMSI AUDIT S.C.A. R.L.
partecipata al 25% da Piaggio & C. S.p.A.
- DEPURADORA D'AIGUES DE MARTORELLES
partecipata al 22% da Nacional Motor S.A.

I dati relativi agli esercizi 2012 e 2013, tratti dalle precedenti edizioni, sono riportati solo ai fini comparativi. Si segnala, infatti, che i dati quantitativi riportati nel presente Corporate Social Responsibility Report considerano, ove possibile, un arco temporale triennale per consentire una valutazione sul loro andamento dinamico nel tempo.

I valori economico-finanziari derivano dal Bilancio Consolidato del Gruppo Piaggio, già soggetto a revisione contabile.

All'interno del documento è opportunamente segnalato laddove il dato riportato è stato generato anche da stime. I dati potrebbero presentare in taluni casi difetti di arrotondamento dovuti alla rappresentazione in milioni; si segnala che le variazioni e le incidenze percentuali sono calcolate sui dati espressi in migliaia e non su quelli arrotondati, esposti in milioni.

Al fine di migliorare l'efficacia del processo di rendicontazione e garantire a tutti gli stakeholder l'affidabilità delle informazioni riportate, è stato affidato l'incarico di verificare le informazioni riportate a PricewaterhouseCoopers; tale attività si è conclusa con il rilascio della "Relazione sulla revisione limitata del Corporate Social Responsibility Report" sulla base di quanto indicato da ASSIREVI (Documento di ricerca n. 153).





PROFILO DEL GRUPPO

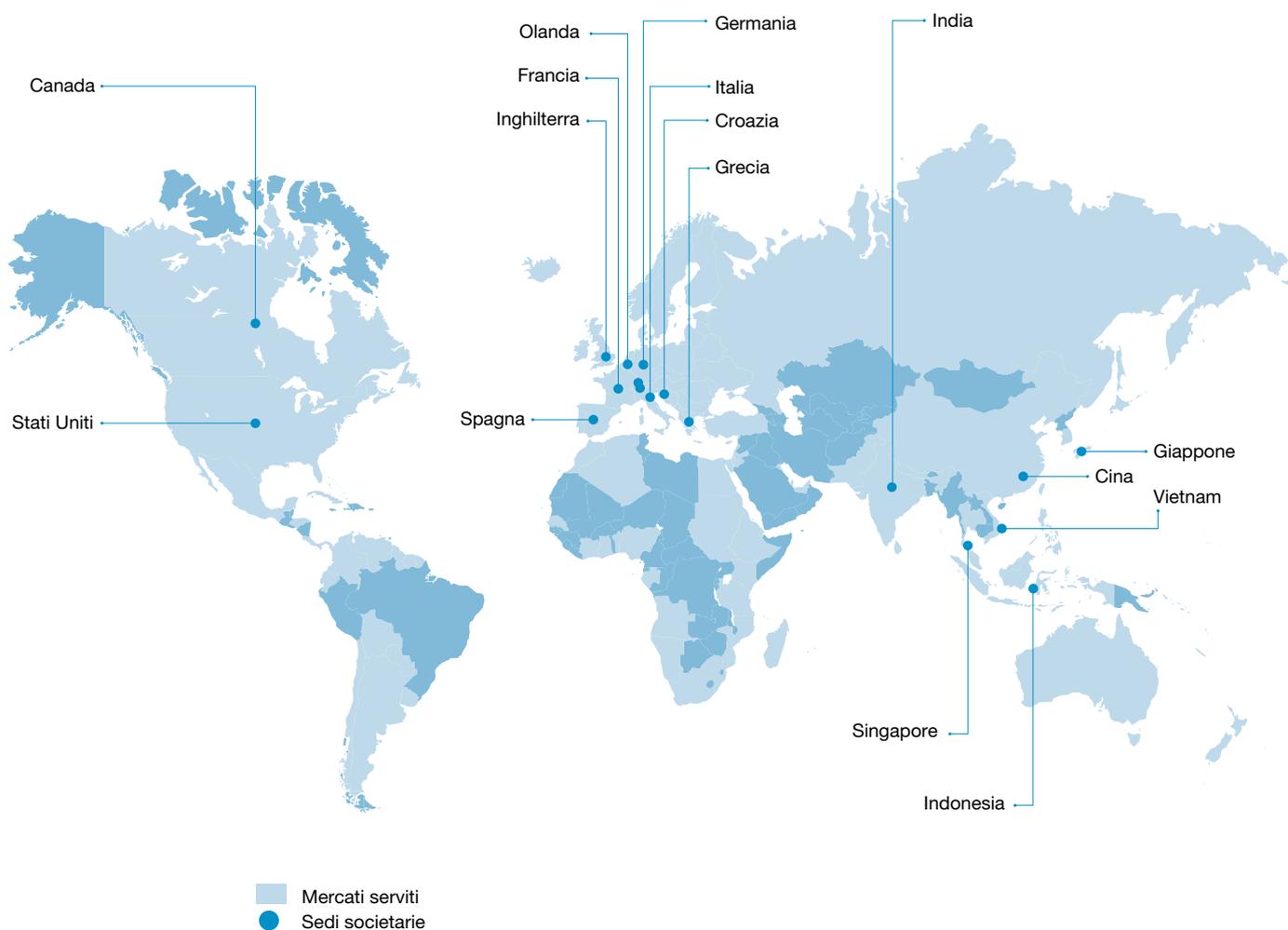
Principali avvenimenti e riconoscimenti del 2014	33
Piaggio in cifre	34
Certificazioni del Gruppo Piaggio	35



Fondata nel 1884 Piaggio & C. S.p.a. ha sede a Pontedera (Pisa) ed è un player globale, leader in Europa nella produzione di veicoli motorizzati a due ruote e protagonista internazionale nel settore dei veicoli commerciali.

Il Gruppo Piaggio al 31 dicembre 2014 è controllato per circa il 50,28% dal Gruppo Immsi e, dall'11 luglio 2006, è quotato alla Borsa di Milano.

Il Gruppo, a fine esercizio 2014, conta 7.510 dipendenti, dispone di 7 centri di ricerca e sviluppo, situati in Italia, India, Vietnam, USA e Cina opera attraverso gli stabilimenti di Pontedera (Pisa), Noale e Scorzè (Venezia), Mandello del Lario (Lecco), Baramati (India) e Vinh Phuc (Vietnam).



Brand

La gamma prodotti del Gruppo comprende scooter, moto, ciclomotori e veicoli a 3 e 4 ruote per il trasporto leggero, commercializzati in quasi 100 paesi con i marchi Ape, Aprilia, Derbi, Gilera, Moto Guzzi, Piaggio, Scarabeo, Vespa e Veicoli Commerciali.



Ape

Ape è un marchio con oltre sessant'anni di storia e di successi, che si identifica in numerose aree dell'Europa e del mondo con il trasporto urbano leggero più compatto, maneggevole e versatile, tanto da rendere Piaggio leader assoluto di mercato in India in questo specifico segmento di prodotto.



Aprilia

Con una gamma prodotti che spazia dagli scooter alle moto ad altissime prestazioni, da 50 a 1.200 di cilindrata, Aprilia è l'unico brand europeo "full liner" nel campo delle due ruote motorizzate. Negli ultimi anni questo marchio ha registrato un'importante crescita della gamma prodotto, tanto da presentare oggi una gamma di veicoli e di motorizzazioni completamente nuova e di altissimo livello tecnologico. Il simbolo della nuova gamma di motori 2 e 4 cilindri a V interamente progettati in Aprilia è il propulsore della RSV4, che ha consentito nel 2014 a Sylvain Guintoli di laurearsi Campione del Mondo Superbike 2014 e ad Aprilia di conquistare per il terzo anno consecutivo il titolo Costruttori del Campionato Mondiale Superbike.

Storicamente associata alle straordinarie prestazioni e alle vittorie nel racing, Aprilia vanta 54 titoli mondiali conquistati vent'anni nelle discipline della velocità e del fuoristrada, e 337 vittorie nei gran premi del Motomondiale e SBK. Un così ampio impegno nel settore corse ha consentito lo sviluppo di un know how di assoluto rilievo ed un travaso delle migliori soluzioni tecnologiche, che si ritrovano puntualmente nei prodotti di serie.



Derbi

Da oltre ottant'anni Derbi rappresenta per molti giovani il primo passo nel mondo della moto. Il brand Derbi identifica una gamma prodotti che include scooter da 50 a 300cc di cilindrata e moto di piccola e media cilindrata, in particolare 50 e 125cc. In tali segmenti di cilindrata Derbi offre una gamma completa di proposte per la moderna mobilità urbana, stradale, off-road e racing.

Con 21 titoli mondiali velocità nel proprio palmarès, Derbi è un brand particolarmente noto in Europa, sinonimo di grande competenza tecnica e di eccellenti prestazioni nel campo delle piccole e medie cilindrature.



Gilera

Nato nel 1909 ed entrato a far parte del Gruppo Piaggio nel 1969, Gilera è un brand estremamente noto in campo motociclistico, grazie anche ai 14 titoli mondiali velocità conquistati nella sua storia. Questo marchio offre veicoli premium per stile, performance e tecnologia, prodotti caratterizzati da stile italiano, emozionanti e performanti. Gilera si focalizza su un target giovane e sportivo alla ricerca di veicoli prestazionali e dal design dinamico e personale, per soddisfare il bisogno di mobilità con soluzioni tecniche evolute, capaci di garantire grandi emozioni di guida.



Moto Guzzi

Moto Guzzi è uno dei marchi motociclistici più conosciuti al mondo, con appassionati e club in ogni angolo del pianeta. Fondata nel 1921, Moto Guzzi è parte della storia della moto italiana e mondiale, forte di un percorso che si snoda ininterrotto da oltre 90 anni, partendo dal mitico stabilimento di Mandello del Lario dove il “Marchio dell’Aquila” nacque nel 1921.

Moto Guzzi si è imposta nel tempo grazie a motociclette di straordinaria affidabilità, divenute celebri grazie a raid internazionali e imprese sportive di vertice. La gamma attuale di Moto Guzzi include motociclette tourer, enduro stradali, custom e naked da 750 a 1.400cc di cilindrata, tutte caratterizzate dall’utilizzo di motori bicilindrici a V di 90° con trasmissione finale a cardano.



Piaggio

Il marchio Piaggio identifica la più estesa gamma di scooter disponibile in Europa con un singolo brand e copre praticamente ogni segmento della tipologia scooter. Piaggio offre oggi una gamma completa di soluzioni originali, creative e intelligenti per la mobilità metropolitana e ha consolidato negli anni una straordinaria reputazione legata a veicoli affidabili, performanti, sicuri e dallo stile fortemente identificabile. Tra i valori chiave legati al brand Piaggio ha particolare rilevanza la capacità di innovazione tecnologica, che ha consentito al marchio di introdurre sul mercato - per primo al mondo - l’MP3, lo scooter a tre ruote, e le motorizzazioni ibride.



Scarabeo

Scarabeo rappresenta uno dei marchi premium del Gruppo Piaggio. E’ infatti sinonimo di eleganza e distintività, un veicolo dallo stile senza tempo, mai banale e d’ispirazione neo-retrò, perfetto per distinguersi nell’affollato mondo degli scooter moderni. Il brand Scarabeo identifica dal 1993 una gamma di scooter a ruote alte da 50cc a 500cc, caratterizzati da un design unico ed esclusivo che ha reso questo marchio italiano un simbolo “trendy” della mobilità metropolitana.



Vespa

Vespa è espressione di uno stile di vita unico e oggi è uno dei marchi in assoluto più conosciuti e celebrati a livello mondiale. Il successo intramontabile di questo scooter è legato al suo straordinario patrimonio storico, simbolico e iconografico. Sin dal lancio del primo modello nel 1946, Vespa soddisfa le aspirazioni di clienti che desiderino acquistare un prodotto “di culto”, simbolo del design, della creatività e della tecnologia italiana, protagonista di film e di campagne pubblicitarie in ogni angolo del pianeta. La forza del marchio si fonda anche su presupposti tecnici: Vespa è un veicolo a due ruote affidabile e facile da utilizzare, nonché estremamente robusto grazie alla scocca in acciaio che lo rende unico nel panorama del settore. Vespa conosce una diffusione senza eguali nel mondo e una immagine costante in tutti i mercati dove è presente: in Europa, in America come in Asia, Vespa è sinonimo di scooter esclusivo, elegante, “made in Italy”.



Veicoli Commerciali

E’ il marchio del Gruppo che commercializza veicoli a quattro ruote caratterizzati da dimensioni compatte e al tempo stesso da un’alta capacità di carico, in grado di rispondere al bisogno di mobilità professionale e commerciale di piccolo raggio. La gamma Piaggio Porter - affiancata dal quadriciclo pesante Quargo - deve il proprio successo all’offerta di un’ampia gamma di soluzioni per il trasporto commerciale estremamente compatte, adatte all’uso urbano e caratterizzate anche da motorizzazioni a basso e nullo impatto ambientale. Inoltre Piaggio Veicoli Commerciali vanta oggi una straordinaria gamma di nuovi propulsori a benzina e turbodiesel, quest’ultimo interamente sviluppato e industrializzato dal Gruppo Piaggio.

Principali avvenimenti e riconoscimenti del 2014

MUSEO PIAGGIO “CERTIFICATO DI ECCELLENZA”

Giugno 2014 - Il Museo Piaggio di Pontedera ha guadagnato il “Certificato di Eccellenza” assegnato per il 2014 da “TripAdvisor”, in base all’alto punteggio (4,5 su una scala di 5) attribuito dagli ospiti sul noto sito che pubblica le recensioni degli utenti su soggiorni, hotel, destinazioni turistiche, pacchetti soggiorno e viaggio (www.tripadvisor.it).

GOLD AWARD per il “Best Tax Department 2014: overall strategy & growth”

Giugno 2014 - Il premio internazionale riconosce il settore Fiscale di Piaggio, che opera nell’ambito della Direzione Generale Finance, come il migliore, per strategia globale e crescita, tra quelli delle imprese più prestigiose, operanti in Nord America, America Latina, Europa, Asia e Sud Pacifico.

PIAGGIO VIETNAM: PREMIO NELLA LOTTA ANTICENDIO

Ottobre 2014 – Piaggio Vietnam ha conseguito il 2° premio nella competizione tra imprese nella lotta antincendio.

ECCELLENZA DEL PRODOTTO

Ottobre 2014 – MCN (Motorcycle news), il più autorevole e diffuso settimanale motociclistico del mondo, ha eletto per il secondo anno consecutivo la moto Aprilia Tuono V4R ABS “best naked”.

CAMPIONATO MONDIALE SUPERBIKE 2014

Novembre 2014 – Sylvain Guintoli su Aprilia RSV4 Aprilia si è laureato Campione del Mondo Superbike 2014 ed Aprilia ha conquistato per il terzo anno consecutivo il titolo di Campione del Mondo Costruttori nella Superbike.

CASCHI D’ORO MOTOSPRINT 2014

Novembre 2014 – Aprilia, vincitrice del Mondiale Superbike 2014, è stata premiata all’annuale cerimonia di consegna dei “Caschi d’Oro”, gli “Oscar” dei numeri 1 del motociclismo mondiale, organizzati dal settimanale Motosprint fin dal 1977.

CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP)

Novembre 2014 – Nella ricerca annuale sui cambiamenti climatici organizzata dal Carbon Disclosure Project (CDP), un’organizzazione non profit indipendente che offre ad aziende e a Paesi un sistema per misurare, rilevare, gestire e condividere a livello globale informazioni riguardanti il cambiamento climatico e idrico, Piaggio ha ottenuto il punteggio di 94/C.

BS OHSAS 18001:2007 - Sistemi di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori

Novembre 2014 – Conseguimento certificazione 18001:2007 Sistemi di gestione della sicurezza e salute dei lavoratori per il magazzino di Quinto di Treviso.

KWD WEBRANKING 2014 ITALY TOP 100

Dicembre 2014 - Nello studio annuale effettuato da KWD Webranking in collaborazione con Lunquist, che valuta la comunicazione Corporate sul web delle maggiori 100 società italiane per capitalizzazione, Piaggio ha conseguito il 10° posto assoluto.

1_ I dati sono relativi al
31 dicembre 2014

Piaggio in cifre¹

1.213 milioni di euro

Ricavi consolidati

547 mila unità

Veicoli venduti

514 mila unità

Veicoli Prodotti

159,3 milioni di euro

EBITDA

16,1 milioni di euro

Risultato Netto

492,8 milioni di euro

Indebitamento netto

7.510

Dipendenti a fine periodo

94,9 milioni di euro

Investimenti

46,3 milioni di euro

Spese in Ricerca e Sviluppo

Certificazioni del Gruppo Piaggio

Il Gruppo Piaggio vanta sistemi di gestione dell'ambiente, della qualità e della sicurezza del lavoro di eccellenza in tutti i suoi siti produttivi.

Siti produttivi							
	Pontedera	Noale e Scorzè	Mandello del Lario	Baramati Stabilimento motori	Baramati Stabilimento 2 Ruote	Baramati Stabilimento Veicoli Comm.	Vinh Phuc
Certificazioni	UNI EN ISO 9001:2008 - Sistemi di gestione della qualità	dal 1995	dal 2006	dal 2010	dal 2010	dal 2013	dal 2009
	UNI EN ISO 14001:2004 - Sistemi di gestione ambientale	dal 2008	dal 2008	dal 2010		dal 2013	dal 2011
	BS OHSAS 18001:2007 - Sistemi di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori	dal 2007	dal 2007	dal 2010		dal 2013	dal 2013
	ISO TS 16946:2009 - Sistemi di qualità dei fornitori				dal 2012		dal 2013

Nel mese di novembre 2014 si sono svolte, e concluse con esito positivo, le verifiche effettuate dalla Società di Certificazione Det Norske Veritas (DNV)¹ al fine di poter confermare per Pontedera, Noale-Scorzè e Mandello del Lario, le tre certificazioni per la **Qualità** (ISO 9001), per l'**Ambiente** (ISO 14001) e per la **Salute e Sicurezza** (BS OHSAS 18001). Di particolare impatto sulla attività di certificazione sono stati:

- › il trasferimento dello Stabilimento Meccanica 01 all'interno del sito di produzione di Pontedera, che ha richiesto la completa integrazione del nuovo stabilimento agli standard aziendali di Piaggio per quanto attiene al sistema di gestione ambientale e Sicurezza sul lavoro;
- › l'estensione della certificazione al magazzino di Quinto di Treviso.

Queste certificazioni posizionano Piaggio tra le pochissime Aziende del comparto manifatturiero italiano che possono pregiarsi di avere le tre certificazioni. Le verifiche dimostrano l'impegno dell'Azienda nel dare concretezza alle Politiche per la Qualità, la Salute e Sicurezza e l'Ambiente che il Vertice ha voluto, e attestano l'affidabilità dei Sistemi di Gestione che sono applicati con il contributo dei responsabili di tutte le Funzioni e delle persone che vi operano.

È in corso, e si concluderà nel 2015 l'iter per l'ottenimento della certificazione per la **Salute e Sicurezza** (BS OHSAS 18001) dello stabilimento indiano dei veicoli commerciali.

¹ DNV = Det Norske Veritas è uno dei principali organismi di certificazione a livello mondiale con casa madre in Norvegia; dal 1864 opera per la "salvaguardia della vita, della proprietà e dell'ambiente", è presente in 100 Paesi con 300 sedi e 7000 dipendenti.



CORPORATE GOVERNANCE

Ruolo del Consiglio di Amministrazione	38
Codice Etico	40
Business Ethics Committee	41
Modello organizzativo ex D.Lgs 231/2001	41
Rispetto di leggi e regolamenti	42



“Una buona gestione d’impresa, nel senso più profondo del termine, si traduce in un impegno tenace e costante a fare la cosa migliore”.

Phil Condit (Presidente della Boeing)

Il sistema di Corporate Governance adottato da Piaggio & C. S.p.A. (di seguito “**Piaggio & C.**” o la “**Società**”) è conforme ai principi previsti dal Codice di Autodisciplina delle Società quotate predisposto da Borsa Italiana SpA ed alle best practice nazionali e internazionali, garantendo una gestione corretta e responsabile dell’Azienda al fine di promuovere la fiducia tra azionisti, clienti e collaboratori.

A tale fine, Piaggio & C. ha nel tempo apportato tutti gli opportuni adeguamenti richiesti dalle modifiche introdotte nel Codice di Autodisciplina delle Società quotate, come da ultimo approvato nel luglio 2014. Piaggio & C. ha, tra l’altro, individuato e nominato le figure di Risk Manager e Compliance Officer.

Attualmente, gli organi sociali che compongono il sistema di Corporate Governance di Piaggio & C. sono: il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale, i comitati interni al Consiglio di Amministrazione e l’Assemblea degli Azionisti. In particolare, il Consiglio di Amministrazione è supportato dal Comitato controllo e rischi, dal Comitato per la remunerazione, dal Comitato per le proposte di nomina e dal Comitato per le operazioni con parti correlate. Inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha istituito un Organismo di Vigilanza ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001, nonché un Business Ethics Committee.

LEGENDA

Lista M/m: indica se il Consigliere è stato eletto dalla lista votata dalla maggioranza (M) o da una minoranza (m).

Esec.: indica se il Consigliere può essere qualificato come esecutivo.

Non esec.: indica se il Consigliere può essere qualificato come non esecutivo.

Indip.: indica se il Consigliere può essere qualificato come indipendente secondo i criteri stabiliti dal Codice.

Indip. TUF: indica se l’amministratore è in possesso dei requisiti di indipendenza stabiliti dall’art. 148, comma 3, del TUF (art. 144-decies, del Regolamento Emittenti Consob).

% CdA: indica la presenza, in termini percentuali, del Consigliere alle riunioni del Consiglio.

Altri incarichi: indica il numero complessivo di incarichi ricoperti in altre società del gruppo cui appartiene l’Emittente, in società quotate in mercati regolamentati (anche esteri), in società finanziarie, bancarie, assicurative o di rilevanti dimensioni.

Ruolo del Consiglio di Amministrazione

La Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione (anche “**Consiglio**”) composto da un numero di membri non inferiore a 7 (sette) e non superiore a 15 (quindici).

Lo Statuto di Piaggio & C. prevede, nelle parti che regolano la composizione e la nomina del Consiglio, il rispetto delle disposizioni introdotte in materia dalla Legge 262/2005 e dal D. Lgs. 29 dicembre 2006, n. 303 nonché dal D. lgs. 27 gennaio 2010 n. 27 di attuazione della direttiva 2007/36/CE relativa all’esercizio di alcuni diritti degli azionisti di società quotate e dalla Legge 120/2011 in materia di equilibrio tra i generi.

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nell’ambito dell’organizzazione aziendale e ad esso fanno capo le funzioni e la responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi, nonché la verifica dell’esistenza dei controlli necessari per monitorare l’andamento di Piaggio & C. e delle società del Gruppo. Nell’ambito delle sue competenze, il Consiglio esamina ed approva i piani strategici, industriali e finanziari di Piaggio & C. e del Gruppo Piaggio, nonché il sistema di governo societario e la struttura di Piaggio & C. e del Gruppo di cui essa è a capo.

Il Consiglio di Amministrazione di Piaggio & C., nominato dall’assemblea degli azionisti il 13 aprile 2012, è composto da undici membri, i cui curricula professionali sono depositati presso la sede sociale e disponibili sul sito della Società www.piaggiogroup.com/Governance - Management.

Nominativi e cariche dei membri del Consiglio di Amministrazione di Piaggio & C. al 31.12.2014

Nominativo	Carica	In carica dal	Lista M/m	Esec.	Non esec.	Indip.	Indip. TUF	% CdA	Altri incarichi
Roberto Colaninno	Presidente Amm. Delegato	13/04/2012	M	X				86	6
Matteo Colaninno	Vice Presidente	13/04/2012	M		X			100	3
Michele Colaninno	Amministratore	13/04/2012	M		X			86	10
Vito Varvaro	Amministratore	13/04/2012	M		X	X	X	100	1
Daniele Discepolo	Amministratore	13/04/2012	M		X	X	X	100	11
Mauro Gambaro	Amministratore	13/04/2012	M		X	X	X	100	1
Andrea Paroli	Amministratore	13/04/2012	M		X			100	5
Franco Debenedetti	Amministratore	13/04/2012	M		X	X	X	71	2
Luca Paravicini Crespi	Amministratore	13/04/2012	M		X	X	X	71	7
Riccardo Varaldo	Amministratore	13/04/2012	M		X	X	X	100	-
Livio Corghi	Amministratore	13/04/2012	M		X			43	2

Il Consiglio di Amministrazione è composto in maggioranza da Amministratori indipendenti e non esecutivi che, quindi, per numero ed autorevolezza sono in grado di influire significativamente nell'assunzione delle decisioni consiliari di Piaggio & C..

Essi apportano le loro specifiche competenze nelle discussioni consiliari, contribuendo all'assunzione di decisioni conformi all'interesse sociale. L'indipendenza degli Amministratori indipendenti è sempre valutata, come raccomanda il Codice di Autodisciplina, dal Consiglio di Amministrazione di Piaggio & C. con cadenza annuale.

Piaggio & C. si è dotata, già al momento del proprio ingresso nel mercato regolamentato, di un Lead Independent Director che, collaborando con il Presidente del Consiglio di Amministrazione, coordina il contributo di tutti gli amministratori indipendenti.

Comitati Interni al Consiglio

All'interno del Consiglio sono stati costituiti il Comitato per le proposte di nomina, il Comitato per la remunerazione, il Comitato controllo e rischi ed il Comitato per le operazioni con parti correlate.

Comitato per le proposte di nomina

Il Comitato per le proposte di nomina era composto, alla data del 31 dicembre 2014, in maggioranza da Amministratori non esecutivi indipendenti, così come previsto dal Codice di Autodisciplina. Si precisa che in data 9 febbraio 2015 il Consiglio di Amministrazione ha modificato la composizione del Comitato per le proposte di nomina il quale risulta, alla data odierna, interamente composto da Amministratori non esecutivi indipendenti.

Funzioni del Comitato per le proposte di nomina

Il Comitato per le proposte di nomina ha il compito di verificare che la procedura di presentazione delle liste stabilita dallo Statuto si svolga in modo corretto e trasparente, nel rispetto delle disposizioni di legge e statutarie applicabili. Verificato il rispetto della procedura di presentazione delle liste, con particolare riferimento alla completezza della documentazione da depositarsi a corredo delle liste e la tempestività del deposito medesimo, il suddetto comitato provvede alle formalità necessarie per la presentazione delle stesse liste all'Assemblea degli Azionisti convocata per la nomina del Consiglio o di suoi componenti.

Il Comitato per le proposte di nomina è investito anche del compito di formulare, eventualmente e ove ne ravvisi la necessità, pareri al Consiglio in merito alla dimensione e alla composizione dello stesso ovvero di esprimere raccomandazioni in merito alle figure professionali nel Consiglio nonché di proporre a quest'ultimo candidati alla carica di amministratore nei casi di cooptazione, ove occorra sostituire amministratori indipendenti.

Comitato per la remunerazione

Il Comitato per la remunerazione è composto interamente da Amministratori non esecutivi indipendenti.

Funzioni del Comitato per la remunerazione

Il Comitato per la remunerazione ha il compito: (i) di formulare al Consiglio di Amministrazione proposte sulla remunerazione dell'Amministratore Delegato e degli altri Amministratori che rivestono particolari cariche, monitorando l'applicazione delle decisioni assunte; e (ii) di formulare al Consiglio raccomandazioni generali in materia di remunerazione dei dirigenti con responsabilità strategiche, tenuto conto delle informazioni e indicazioni fornite dall'Amministratore Delegato, valutando periodicamente i criteri adottati per la remunerazione della predetta dirigenza. Al Comitato per la remunerazione sono inoltre stati attribuiti compiti in relazione alla gestione dei piani di stock option eventualmente approvati dai competenti organi della Società.

Comitato controllo e rischi

Il Comitato controllo e rischi di Piaggio & C. è composto interamente da Consiglieri non esecutivi indipendenti.

Funzioni attribuite al Comitato controllo e rischi

Il Comitato controllo e rischi ha svolto nel 2014 funzioni consultive e propositive nei confronti del Consiglio di Amministrazione e in particolare è stato investito dei seguenti compiti:

- I. valutare, unitamente al Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari e sentiti il revisore legale ed il Collegio Sindacale, il corretto utilizzo dei principi contabili e la loro omogeneità ai fini della redazione del bilancio consolidato;

- II. esprimere pareri su specifici aspetti inerenti all'identificazione dei principali rischi aziendali;
- III. esaminare le relazioni periodiche, aventi per oggetto la valutazione del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, e quelle di particolare rilevanza predisposte dalla Funzione di Internal Audit;
- IV. monitorare l'autonomia, l'adeguatezza, l'efficacia e l'efficienza della Funzione di Internal Audit;
- V. chiedere alla Funzione di Internal Audit lo svolgimento di eventuali verifiche su specifiche aree operative, dandone contestuale comunicazione al Presidente del Collegio Sindacale;
- VI. riferire al Consiglio, almeno semestralmente, in occasione dell'approvazione della relazione finanziaria annuale e semestrale, sull'attività svolta nonché sull'adeguatezza del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- VII. fornire un parere al Consiglio con riferimento a decisioni relative a nomina, revoca, remunerazione e dotazione di risorse del Responsabile della Funzione di Internal Audit.

Alla luce delle modifiche normative introdotte dal D.Lgs. 39/2010 relative al controllo legale ed alla vigilanza sul processo di informativa finanziaria, il Comitato controllo e rischi, nel corso del 2014, ha operato in costante dialettica con il Collegio Sindacale.

Comitato per le operazioni con parti correlate

Il Consiglio di Piaggio & C. ha istituito al proprio interno il Comitato per le operazioni con parti correlate competente sia per le operazioni di minore rilevanza sia di maggiore rilevanza. Tale Comitato è composto esclusivamente da amministratori indipendenti, i quali, in conformità alle disposizioni normative, devono essere altresì amministratori non correlati con riferimento a ciascuna operazione. In particolare, i componenti del Comitato per le operazioni con parti correlate coincidono con gli attuali membri del Comitato controllo e rischi. A tale Comitato sono attribuite le funzioni riportate nella Procedura sulle operazioni con parti correlate, che è disponibile sul sito istituzionale della Società www.piaggiogroup.com nella sezione Governance – Operazioni con parti correlate.

Codice Etico

Fin dal 2004, Piaggio & C. ha adottato un Codice Etico nell'ambito del Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001. Il Codice Etico è stato aggiornato, da ultimo, nel corso del 2014, nell'ambito della revisione del Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 e al fine di adeguarlo maggiormente ai valori etico sociali su cui si fonda e si ispira l'attività del Gruppo Piaggio. Il Codice Etico, disponibile sul sito internet della Società (www.piaggiogroup.com/Governance), è stato diffuso capillarmente, è in vigore presso tutte le società del Gruppo e definisce in modo chiaro e trasparente i principi ed i valori ai quali l'intera organizzazione aziendale si ispira:

- › rispetto delle leggi degli Stati in cui Piaggio opera;
- › rifiuto e condanna dei comportamenti illegittimi e scorretti;
- › prevenzione delle violazioni della legalità, ricerca costante della trasparenza e della lealtà nella gestione del business;
- › ricerca dell'eccellenza e della competitività sul mercato;
- › rispetto, tutela e valorizzazione delle risorse umane;
- › perseguimento di uno sviluppo sostenibile nel rispetto dell'ambiente e dei diritti delle generazioni future.

Il Codice Etico del Gruppo definisce le responsabilità etico-sociali di ogni componente dell'organizzazione aziendale. In particolare, sono esplicitate le responsabilità etiche e sociali dei dirigenti, quadri, dipendenti, nonché dei fornitori a prevenzione di comportamenti irresponsabili o illeciti da parte di chi opera in nome e per conto delle società del Gruppo.

Tra gli articoli del Codice Etico è inoltre sancito un importante principio relativamente alle modalità di gestione dei rapporti con la politica: "La Società non eroga contributi, vantaggi o altre utilità ai partiti politici e alle organizzazioni sindacali dei lavoratori, né a loro rappresentanti o candidati, fermo il rispetto della normativa applicabile".

Business Ethics Committee

Per primo in Italia nel 2008, il Gruppo Piaggio ha costituito il Business Ethics Committee, un organo che si propone di sviluppare regole e comportamenti organizzativi in linea con le best practice internazionali in ambito di Corporate Social Responsibility.

Nel suo ruolo di coordinatore dell'intero processo di corporate responsibility, le competenze del Comitato comprendono:

- › il monitoraggio di atti, comportamenti, relazioni sviluppate dal management e dal personale dell'Azienda rispetto a tutti gli stakeholder;
- › l'ottimizzazione del rapporto con il territorio e con gli stakeholder;
- › la misurazione degli standard etici, che sono parte integrante della "good governance" di un'azienda;
- › la concreta realizzazione delle indicazioni contenute nel Codice Etico, inclusa l'attività di ricezione e gestione delle segnalazioni relative ad eventuali frodi che possano coinvolgere dipendenti, amministratori, collaboratori e partner di Piaggio & C. e delle Società del Gruppo;
- › la realizzazione del CSR Report ed il governo di tutte le attività propedeutiche alla pianificazione, implementazione, monitoraggio e rendicontazione delle iniziative di sostenibilità del Gruppo.

Tutte le attività relative ai rapporti tra il Gruppo Piaggio e il mondo esterno sono oggetto di analisi e di riprogettazione da parte del Comitato, con l'obiettivo di garantire la gestione trasparente del ciclo di informazioni verso tutti gli stakeholder. Partendo dal presupposto che la miglior declinazione della Corporate Social Responsibility oggi è proprio la trasparenza, il Comitato assume la veste di "garante" nei confronti degli investitori, dei consumatori e degli opinion leader affinché i comportamenti dell'Azienda siano fondati sul rispetto continuo delle leggi, sulla correttezza e sulla veridicità delle comunicazioni al pubblico.

Si segnala infine che il Business Ethics Committee, all'interno della Fraud Policy, ha il compito di riassumere sotto di sé tutte le segnalazioni relative a frodi, di convocare le riunioni e di fare le opportune valutazioni insieme agli organi coinvolti.

Modello organizzativo ex D.Lgs 231/2001

Il sistema di controllo interno e di gestione di rischi di Piaggio & C. si completa con il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo per la prevenzione dei reati ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001 ("Modello ex D. Lgs. 231/2001"), che Piaggio & C. ha adottato sin dal 2004.

Il Modello ex D.Lgs. n. 231/2001 è costituito da una parte generale, composta principalmente da un Codice Etico, dai Principi Generali di Controllo Interno, dalle Linee di Condotta, dagli Schemi di Controllo Interno, suddivisi in processi Strumentali ed Operativi, dal Sistema disciplinare nonché da singole parti speciali per diverse tipologie di reato contemplate dal Decreto 231/2001. La Società ha da tempo attivato una casella di posta elettronica, i cui riferimenti sono contenuti nelle Linee di Condotta, che permette a chiunque di poter inviare un messaggio direttamente all'Organismo di Vigilanza allo scopo di effettuare le opportune segnalazioni. Tale messaggio può essere letto esclusivamente dall'Organismo di Vigilanza, garantendo così che l'operatività dell'Organismo venga svolta in conformità con il Modello 231/2001 della Società. Il Modello ex D. Lgs. 231/2001, diffuso capillarmente tramite e-mail a tutti i dirigenti, quadri e dipendenti del Gruppo Piaggio in Italia, nonché pubblicato sulla intranet aziendale, è costantemente monitorato e periodicamente aggiornato. Piaggio & C. si è inoltre, da tempo, dotata di una "Fraud Policy" finalizzata ad istituire canali informativi idonei a garantire la ricezione, l'analisi e il trattamento di segnalazioni relative a frodi che possano coinvolgere dipendenti, amministratori, collaboratori e partner di Piaggio e delle Società del Gruppo. Tale policy rappresenta un ulteriore strumento che il Gruppo Piaggio ha adottato per prevenire la violazione dei principi di legalità, trasparenza, correttezza e lealtà ai quali si ispira il Modello ex D. Lgs. 231/2001.

Il Modello è disponibile sul sito istituzionale www.piaggiogroup.com nella sezione Governance/Sistema di Governance.

Rispetto di leggi e regolamenti

Nel corso del 2014, nessuna delle società del Gruppo Piaggio ha registrato episodi legati a pratiche discriminatorie e violazioni dei diritti nei confronti del proprio personale. Inoltre, nei confronti del Gruppo Piaggio, non sono state aperte procedure d'infrazione per violazione di norme anti-concorrenziali, anti-trust e per pratiche monopolistiche; si segnala unicamente che è attualmente in corso una procedura istruttoria per accertamento di eventuali violazioni della normativa anti-trust relativamente alla consociata croata.

Al 31 dicembre 2014 non risultano sanzioni riferite a non conformità a leggi e regolamenti, inclusi leggi e regolamenti di natura ambientale, attività di marketing, pubblicità, promozione, sponsorizzazione, fornitura ed utilizzo dei propri prodotti.

Non si registrano, infine, nel corso del 2014, casi di reclami relativi a violazioni della privacy e perdita dei dati dei consumatori.

ALBERGO LE TERME

ALBERGO
LE TERME
Via per Capri





TRASPARENZA E CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO

Risultati 2014 e obiettivi per il futuro	46
Determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto	46
Contributi pubblici ed agevolazioni fiscali	48
Valore per gli azionisti	49
Dividendi	50
Comunicazione con gli azionisti e attività di Investor Relations	50



“Il capitale non è malvagio in sé;
è il suo uso sbagliato che è malvagio.
Il capitale, in una forma o un'altra,
sarà sempre necessario.”

M. K. Gandhi

L'integrazione delle scelte economiche con quelle di natura sociale ed ambientale costituisce un impegno fondamentale per la creazione di valore nel lungo periodo.

La creazione di valore economico è condizione necessaria all'attività d'impresa, da cui dipende la sua esistenza e il suo perpetuarsi nel tempo. Per un'impresa produttiva la generazione di valore aggiunto è il primo modo per essere socialmente responsabile: un valore di cui potrà poi beneficiare in modi diversi una pluralità di stakeholder.

La dimensione economica dell'agire d'impresa deve essere pienamente valorizzata all'interno del ruolo che essa svolge nei confronti di tutti i suoi stakeholder. A tal fine il Gruppo Piaggio presidia con attenzione il processo di produzione del valore e ne dà trasparente, puntuale ed esaustiva comunicazione nella Relazione sulla Gestione del Bilancio 2014 (vedi capitolo "Andamento economico-finanziario del Gruppo") cui si rimanda per ogni eventuale approfondimento.

Impegno	Obiettivi 2014	Risultati 2014	Obiettivi 2015	Obiettivi a medio termine
Remunerazione degli azionisti.	<ul style="list-style-type: none"> › Difesa del valore patrimoniale per l'azionista. 	<ul style="list-style-type: none"> › Mantenimento del valore patrimoniale dell'azione. 	<ul style="list-style-type: none"> › Difesa del valore patrimoniale per l'azionista. 	<ul style="list-style-type: none"> › Distribuzione dividendo e difesa del valore patrimoniale per l'azionista.
Correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari.	<ul style="list-style-type: none"> › Miglioramento continuo del sito corporate. 	<ul style="list-style-type: none"> › Conferma del sito corporate nella "top 10" della prestigiosa classifica "KWD Webranking Italy". 	<ul style="list-style-type: none"> › Miglioramento continuo del sito corporate. 	<ul style="list-style-type: none"> › Puntuale e tempestivo adeguamento alle disposizioni normative. › Miglioramento continuo del sito corporate. › Costante adeguamento del Codice Etico alle best practice nazionali e internazionali.

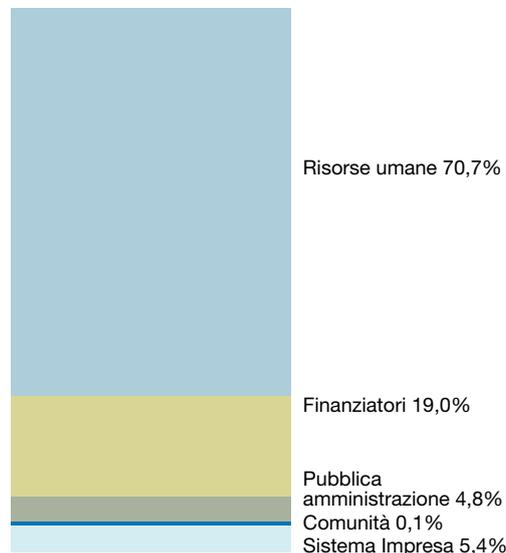
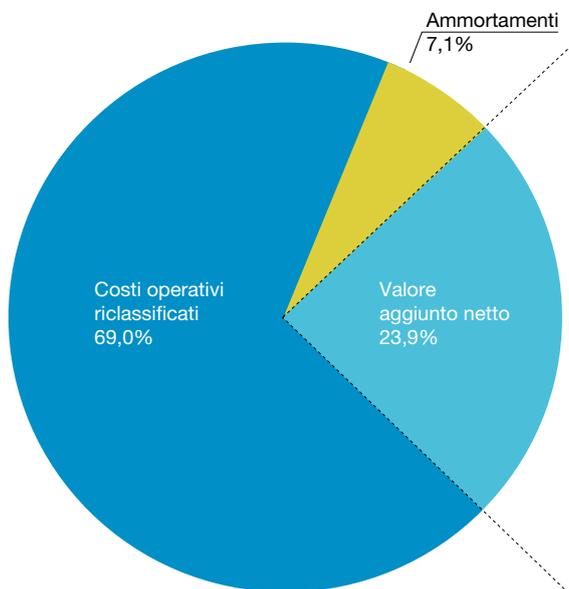
Determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto

Il Valore Aggiunto rappresenta la ricchezza prodotta dal Gruppo Piaggio che, sotto diverse forme, è distribuita ai diversi stakeholder.

Il Valore Aggiunto Globale netto è ripartito tra i diversi stakeholder dividendosi in: remunerazione delle risorse umane (remunerazione diretta costituita da salari, stipendi e TFR e remunerazione indiretta costituita dagli oneri sociali), remunerazione dei finanziatori (interessi passivi e perdite su cambi), remunerazione degli azionisti (dividendi distribuiti), remunerazione della Pubblica Amministrazione (totalità delle imposte pagate), liberalità esterne e donazioni alla comunità. Il valore trattenuto dal Gruppo è rappresentato dagli utili portati a riserva.

	2014	2013	2012
<i>(dati in migliaia di euro)</i>			
Ricavi Netti	1.213.272	1.212.535	1.406.152
Risultato partecipazioni	-184	2.264	3.530
Proventi finanziari	13.956	13.095	13.032
Altri proventi operativi riclassificati	25.499	21.461	25.082
Valore economico generato	1.252.543	1.249.355	1.447.796
Costi operativi riclassificati	-864.019	-872.543	-1.026.997
Ammortamenti	-89.353	-83.115	-79.621
Valore aggiunto netto	299.171	293.697	341.178
Remunerazione delle risorse umane	211.513	211.656	223.419
Remunerazione dei finanziatori	56.919	47.720	45.285
Remunerazione degli azionisti	0	33.087	29.877
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	14.383	40.358	30.134
Liberalità esterne e donazioni alla comunità	292	491	266
Valore aggiunto distribuito	283.107	333.312	328.981
Sistema impresa	16.064	-39.615	12.197
Valore aggiunto trattenuto dal Gruppo	16.064	-39.615	12.197

Prospetto di
determinazione e
distribuzione del valore
aggiunto



Valore aggiunto generato
e distribuito - anno 2014

Il Valore Aggiunto Globale netto generato da Piaggio nel 2014 ammonta a 299.171 migliaia di euro, pari al 23,9% del valore economico generato. La maggior parte di questo valore è rappresentato dalla remunerazione delle risorse umane (70,7%), segue la remunerazione dei finanziatori (19,0%) e del Sistema Impresa (5,4%). Rispetto al 2013 il Valore Aggiunto Globale è cresciuto dell'1,9%.

Contributi pubblici ed agevolazioni fiscali

Nel corso del 2014 il Gruppo Piaggio ha beneficiato di contributi da parte della Pubblica Amministrazione sotto forma di contributi alla ricerca, di contributi alla formazione e di agevolazioni fiscali, per un totale di 2.876 mila euro.

I contributi alla ricerca, pari a 173 mila euro, sono stati ottenuti a fronte dei progetti di ricerca, i cui contenuti e risultati sono commentati nel paragrafo dedicato alla sicurezza del prodotto.

I contributi alla formazione sono stati pari a 334 mila euro e sono stati ottenuti dalla Capogruppo.

Piaggio Vehicles Private Limited (India) ha ottenuto un contributo sulle esportazioni, il cui importo, 853 mila euro, è stato determinato sulla base di una percentuale del valore FOB delle stesse.

Contributi ottenuti	2014	2013	2012
<i>(dati in migliaia di euro)</i>			
Contributi a fondo perduto	173	2.079	813
Contributi all'esportazione	853	1.167	905
Contributi alla formazione	334	430	232
Totale	1.360	3.676	1.950

Le agevolazioni fiscali pari a 1.516 mila euro, invece, sono state ottenute dalle società operanti in Vietnam e Francia.

In particolare:

- › Piaggio Vietnam ha goduto di un regime di esenzione dall'imposta sul reddito prodotto dall'attività di manufacturing da cui è scaturita una diminuzione di imposta pari al 50% rispetto all'aliquota prevista per tale attività.
- › Piaggio France ha usufruito di un credito d'imposta pari ad euro 54.481, legato all'ammontare degli stipendi corrisposti nel 2014. In particolare, tale credito è pari al 6% dell'ammontare complessivo degli stipendi che in relazione al singolo dipendente non eccedono la soglia di euro 42.908 lordi. L'importo agevolato per il 2014 è stato pari a euro 908.017.

Agevolazioni fiscali	2014	2013	2012
<i>(dati in migliaia di euro)*</i>			
Esenzione fiscale			
Piaggio Vietnam	1.462	1.370	2.544
Credito d'imposta			
Piaggio France	54	34	
Totale	1.516	1.404	2.544

* I valori in valute diverse dall'euro sono stati convertiti utilizzando il tasso di cambio medio annuo.

Nel 2014 non sono stati ottenuti finanziamenti agevolati.

Finanziamenti agevolati ottenuti	2014	2013	2012
<i>(dati in migliaia di Euro)</i>			
Finanziamenti		2.032	64.100
- di cui finanziamenti agevolati	-	2.032	4.100
- di cui finanziamenti BEI	-	-	60.000

Valore per gli azionisti

Dall'11 luglio 2006, Piaggio & C. SpA è quotata alla Borsa di Milano. Il titolo Piaggio ha chiuso il 2014 con un prezzo sostanzialmente identico a quello di fine 2013 e con una performance allineata a quella del principale indice di riferimento, come evidenziato nei grafici seguenti.



Dividendi

Nel 2014, relativamente all'esercizio 2013, non è stato distribuito alcun dividendo. Il dividendo per azione distribuito agli azionisti per gli esercizi 2011 e 2012, quale remunerazione del Capitale Sociale, è illustrato nella seguente tabella:

Prospetto riepilogativo dei dividendi di Piaggio & C. SpA per il -2011 -2012

Bilancio di riferimento	2012	2011
Data stacco cedola	20 mag-13	14 mag-12
Data di pagamento	23-mag-13	17-mag-12
Dividendo per azione (euro)	0,092	0,082

Comunicazione con gli azionisti e attività di Investor Relations

Piaggio ritiene la comunicazione finanziaria un elemento di importanza fondamentale nella costruzione di un rapporto di fiducia con il mercato finanziario.

In particolare la funzione Investor Relations promuove il dialogo continuo con investitori istituzionali ed individuali e con gli analisti finanziari, assicurando la parità informativa ed una comunicazione trasparente, tempestiva ed accurata, al fine di favorire una corretta percezione del valore del Gruppo.

Nel corso del 2014 sono state ulteriormente intensificate le occasioni di dialogo con la comunità finanziaria che hanno portato ad incontrare oltre 190 investitori sulle principali piazze finanziarie europee e nord americane attraverso la partecipazione a roadshow e conferenze.

A ciò si aggiungono gli incontri diretti e le conference call gestiti dalla funzione IR e gli eventi istituzionali di comunicazione dei risultati trimestrali.

Il Gruppo ha inoltre organizzato a Milano il 20 marzo 2014 un Analyst and Investor Meeting in cui il top management ha illustrato alla comunità finanziaria le linee guida del piano strategico 2014-2017.

Il sito internet della Società www.piaggiogroup.com è costantemente e tempestivamente aggiornato con tutte le informazioni riguardanti il Gruppo e la documentazione societaria di maggior rilievo, in italiano ed in inglese.

In particolare sono pubblicati on line i comunicati stampa diffusi al mercato a cura della funzione Ufficio Stampa, la documentazione contabile periodica della Società, il Corporate Social Responsibility Report, i dati economico-finanziari, il materiale utilizzato durante gli incontri con la comunità finanziaria, il consensus sul titolo Piaggio nonché la documentazione relativa alla Corporate Governance (Statuto, Internal Dealing, materiale relativo alle assemblee dei Soci).

Il sito del Gruppo Piaggio risulta da quattro anni nella "top 10" della prestigiosa classifica "KWD Webranking Italy Top 100", ricerca annuale che valuta i migliori siti corporate delle maggiori 100 società italiane per capitalizzazione.

Intervento di Etica Sgr all'assemblea di bilancio di Piaggio del 28 aprile 2014



Azionariato attivo 2014

Piaggio - 28 aprile 2014

Per il quarto anno, il 28 aprile 2014, Etica Sgr ha votato all'assemblea generale degli azionisti di **Piaggio**, casa motociclistica italiana che opera nel settore scooter, moto e veicoli da trasporto leggero con diversi marchi, tra cui Piaggio, Vespa, Moto Guzzi e Ape.

Con il supporto di alcuni investitori socialmente responsabili, come le americane **CREA** e **Boston Common Asset Management**, Etica Sgr è intervenuta in assemblea per sollecitare l'attenzione del management su alcuni aspetti legati alla **sostenibilità d'impresa**.

Etica Sgr ha espresso voto favorevole a tutti i punti all'ordine del giorno, ad eccezione all'autorizzazione all'acquisto e disposizione di **azioni proprie**, rispetto la quale sarebbe stato preferibile avere maggior dettaglio su finalità e strategie imprenditoriali che Piaggio aveva intenzione di perseguire. Etica Sgr, nel suo discorso in assemblea, ha chiesto al management della Società di aderire a diverse iniziative del **Carbon Disclosure Project (CDP)**, come il questionario sul monitoraggio del **Climate Change** e quello riguardante l'utilizzo delle **risorse idriche**.

Etica Sgr ha inoltre espresso apprezzamento per l'ottenimento della **certificazione ISO 14001** (riguardante la gestione ambientale) negli stabilimenti indiani e ha spronato la Società ad estenderla a tutti i siti produttivi del Gruppo. Si sono chieste poi informazioni rispetto alla **situazione occupazionale** della Società in Italia (in particolare sull'attuazione degli accordi sindacali siglati a Pontedera) e all'estero (riguardo alcune manifestazioni dei lavoratori avvenute in India).



INNOVAZIONE TECNOLOGICA E MOBILITÀ SOSTENIBILE

Obiettivo del Gruppo	56
Linee guida della ricerca	58
Applicazioni	59
Brevetti	68
Progetti finanziati nazionali e europei	69



“Una vita senza ricerca
non è degna di essere vissuta”.

Socrate

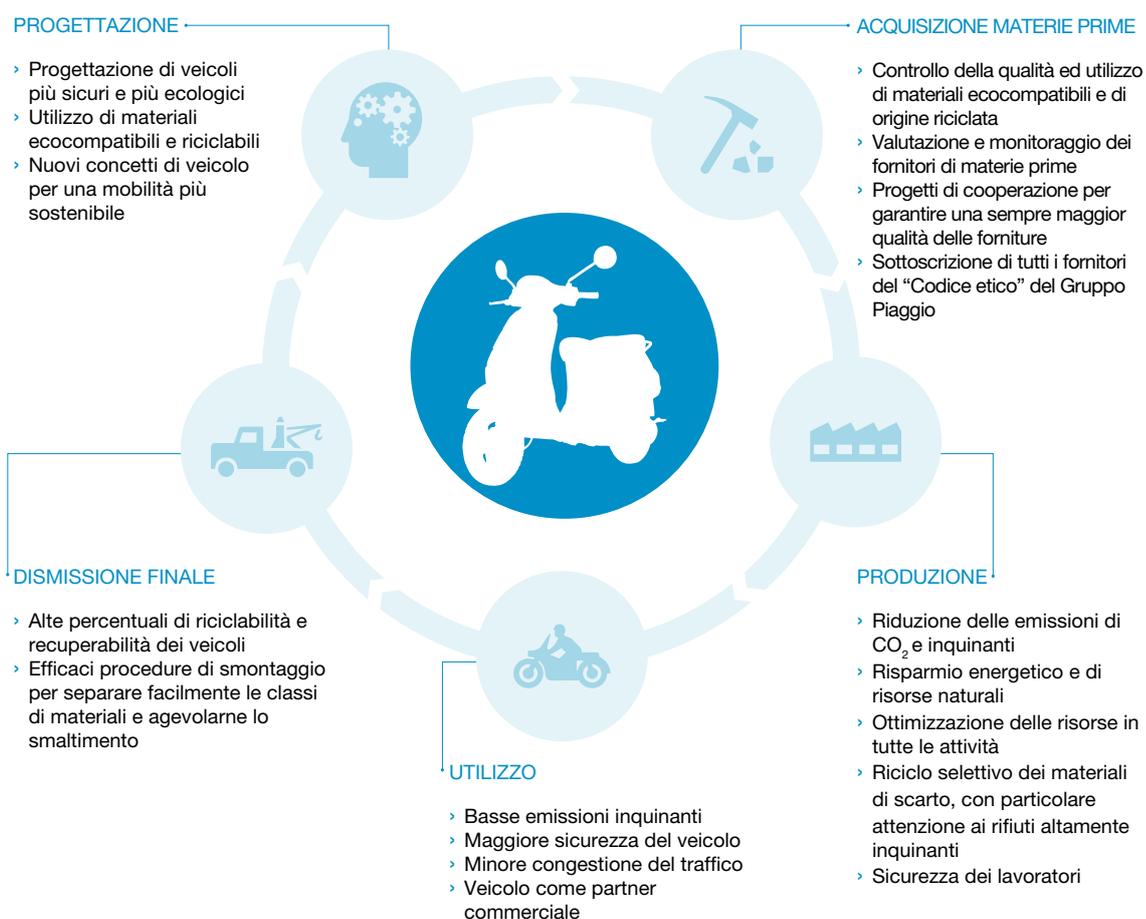
Impegno	Obiettivi 2014	Risultati 2014	Obiettivi 2015	Obiettivi a medio termine
Veicoli 2R Studio, ricerca e sviluppo di prodotti ecosostenibili: > riduzione consumi e emissioni > incremento prestazioni.	> Nuove motorizzazioni elettriche più compatte.	> Sviluppo e industrializzazione motore per eBike, con gestione elettronica delle prestazioni anche via smartphone, presentato EICMA.	> Commercializzazione eBike > Studio nuove motorizzazioni.	> Installazione delle motorizzazioni ibride su nuovi modelli anche a 4 ruote.
	> Riduzione consumo con interventi su efficienza trasmissione e motore.	> Sviluppo versione per Vespa Primavera del motore 125 3V, commercializzata.	> Studio di trasmissioni innovative.	> Ricerca e sviluppo di nuovi dispositivi atti a ridurre ulteriormente i consumi e le emissioni riducendo gli assorbimenti e migliorando la modalità d'uso del propulsore.
	> Studio di dispositivi elettronici e elettromeccanici per la riduzione degli inquinanti nell'uso urbano.	> Sviluppo dispositivo Start & Stop per scooter.	> Commercializzazione del dispositivo.	> Studio di dispositivi elettronici e elettromeccanici per la riduzione degli inquinanti nell'uso urbano.
	> Diffusione nuovo motore High Efficiency su altri modelli della gamma.	> Installato su Vespa Primavera.	> Installazione su nuovi modelli.	> Diffusione nuovo motore High Efficiency su altri modelli per paesi asiatici.
	> Studio di trasmissioni innovative automatiche a alto rendimento, sia semplificate sia ad alte prestazioni.	> Realizzati prototipi funzionanti per alte prestazioni. In corso approfondimento per applicazioni economiche.	> Proseguimento degli studi per realizzazione trasmissioni ad alta efficienza.	> Studio di trasmissioni innovative automatiche a alto rendimento, sia semplificate sia ad alte prestazioni.
	> Studio di applicazioni della batteria modulare come uso secondario o alternativo a quello sui veicoli.	> Prosecuzione dello sviluppo. In corso contatti con partners di altri settori per concretizzare l'applicazione.	> Espansione dei contatti con partners di altri settori per concretizzare l'applicazione.	> Studio di batterie a maggiore densità di energia, maggiore durata e affidabilità. > Studio di sistemi elettronici di controllo e di potenza a minor costo industriale.
	> Ampliamento diffusione.	> Presentazione eBike.	> Commercializzazione eBike.	> Ampliamento offerta veicoli elettrici destinati alla clientela privata (Liberty Retail etc.).
	> Introduzione in serie del software.	> Software esteso a Vespa GTS, Primavera, Nuovo MP3, Aprilia RSV4.	> Estensione a gamma Moto Guzzi, Aprilia Caponord 1200.	> Realizzazione di software specifico per gestione flotte.

Impegno	Obiettivi 2014	Risultati 2014	Obiettivi 2015	Obiettivi a medio termine
<p>Veicoli 3/4R</p> <p>Sviluppo di prodotti ecocompatibili: > bassi consumi e basse emissioni di CO₂; > alta riciclabilità e recuperabilità dei prodotti a fine vita.</p>	<p>Porter Europa:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Sviluppo Porter Euro6 in coerenza con approvazione Business Plan. <p>3W India:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Fattibilità e definizione piano di sviluppo prodotti in conformità con nuovi vincoli omologativi BSIV coerentemente con nuovi target di competitività su riduzione consumi. > Versione monofuel LPG su Ape City. <p>Porter 600 India:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Fattibilità e definizione piano di sviluppo prodotti in conformità con nuovi vincoli omologativi BSIV. 	<p>Porter Europa:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Business Plan approvato in Gennaio 2014 e sviluppo in corso come da macroplanning. <p>3W India:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Definito il benchmarking, avviata l'attività di esame nuova motorizzazione BSIV e relativo studio di fattibilità. > Nel 2014 lanciato sul mercato Indiano la versione Ape City monofuel LPG. <p>Porter 600 India:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Definite caratteristiche nuovo motore con MKTG e firmato contratto con fornitore motore, iniziato studio fattibilità per nuovo cambio. 	<p>Porter Europa:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Avvio produttivo versione Benzina settembre 2015, GPL e CNG entro marzo 2016. <p>3W India:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Avvio attività di sviluppo in coerenza con richieste di mercato e vincoli omologativi. > Diminuzione del costo per chilometro e dell'impatto sull'ambiente. <p>Porter 600 India:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Congelamento new contents lato veicolo, redazione Business Plan per approvazione iniziativa (SOP 1st half 2016). Attività di sviluppo e industrializzazione in coerenza con Business Plan. 	<ul style="list-style-type: none"> > Nuovo Veicolo per la mobilità urbana (mercati Europa e India) trasporto merci e persone con obiettivi principali: <ul style="list-style-type: none"> - ridotti consumi; - alta mobilità / manovrabilità in ambito urbano; - elevata portata specifica; - utilizzo di trazioni ecocompatibili. > Utilizzo plastiche riciclate.
<p>Soddisfazione del bisogno di mobilità professionale e commerciale di corto raggio offrendo una soluzione al trasporto dell'ultimo miglio:</p> <ul style="list-style-type: none"> > veicoli compatti, agili e facili da guidare, maneggevoli nei contesti urbani; > veicoli con un'alta capacità di carico e di portata specifica; > definizione di un veicolo per supportare nuove attività commerciali quali street food e street shop. 	<ul style="list-style-type: none"> > Nuovo Ape City versione Diesel. > Nuova versione Ape City specifica per mercato Latin-America. > Proseguimento attività di riduzione pesi su gamma India. > New Ape Classic. > Apertura a nuovi mercati in via di sviluppo. 	<ul style="list-style-type: none"> > Veicolo Ape City Diesel lanciato sul mercato con relativo ampliamento gamma. > Lancio Ape City petrol LAMdestinato ai mercati Latin America e Africa. > Studi di fattibilità per nuove soluzioni. > Lancio New Ape Classic 400 a Settembre 2014. > Ampliamento del mercato export ai nuovi paesi come l'Etiopia e il Sud Africa. 	<ul style="list-style-type: none"> > Ampliamento della gamma LAM (veicoli high slope) con il lancio della versione Ape City LAM LPG. > Valutazioni tecnico/econ. delle soluzioni individuate. > Presidio del mercato Street food. > Continuo ampliamento del mercato dell'Export. > NEW APE CITY CARGO. Studio di fattibilità per nuovo triciclo trasporto merci urbano con PWT Petrol e Alternative Fuel per sostituire i veicoli con motori Diesel in specifiche mission. 	

Obiettivo del Gruppo

L'obiettivo primario del Gruppo Piaggio è soddisfare le esigenze più avanzate di mobilità riducendo l'impatto ambientale ed i consumi dei propri veicoli e garantendo prestazioni di eccellenza in ottica del Cliente. Nello sforzo di assicurare la sostenibilità dei propri prodotti, il Gruppo Piaggio ne considera l'intero ciclo di vita che comprende la progettazione, l'acquisizione delle materie prime, la produzione, l'utilizzo del bene da parte del Cliente fino alla dismissione, costituita dallo smontaggio a fine vita e dallo smaltimento e/o riciclo delle componenti e materie prime.

Il ciclo di vita del prodotto sostenibile



Ogni prodotto, durante il suo ciclo di vita interagisce direttamente e indirettamente sia sulla salute e la sicurezza delle persone, sia sull'ambiente, inteso come qualità dell'ecosistema.

Per questo il Gruppo Piaggio focalizza le proprie attività di ricerca nello sviluppo di soluzioni innovative per ridurre le emissioni inquinanti ed aumentare la sicurezza, l'affidabilità e la riciclabilità dei suoi prodotti.

Lo sforzo è costantemente rivolto a studiare e proporre veicoli sempre più avanzati in termini di:

- › **ecologia**, prodotti in grado di ridurre le emissioni di gas inquinanti e di CO₂ sia nell'utilizzo in aree urbane sia nell'impiego extraurbano; questo risultato è ottenuto attraverso l'evoluzione della tecnica motoristica tradizionale (motori a combustione interna sempre più raffinati) ma anche mediante il maggiore utilizzo di fonti di energia rinnovabili e sostenibili;
- › **affidabilità e sicurezza**, veicoli che permettano ad un maggior numero di utenti di muoversi agevolmente nei centri urbani, contribuendo a ridurre la congestione del traffico, garantendo un alto livello di sicurezza attiva, passiva e preventiva;

- › **riciclabilità**, prodotti che minimizzano l'impatto ambientale alla fine del loro ciclo di vita utile;
- › **economicità**, veicoli con ridotti costi chilometrici di manutenzione e di esercizio.

Una vocazione antica

L'attenzione di Piaggio all'eco-compatibilità dei suoi prodotti ha origini lontane: nel 1978 è stata prodotta l'Ape Elettrocar, dotata di motore elettrico con differenziale incorporato e batterie al Pb, antesignano dei veicoli "ad emissioni nulle" (ZEV); nel 1995 è stata seguita dal Porter elettrico. Nel campo dei due ruote, nel 1994 è stato commercializzato lo Zip&Zip, primo scooter al mondo bimodale ovvero dotato di due motori, elettrico e termico catalizzato, utilizzabili in alternativa; nel 2001 è stata la volta dello Zip Elettrico, veicolo ZEV.



Piaggio – Una Storia 'elettrica'

Questa attenzione continua tutt'oggi ed è testimoniata dalla diffusione di Prodotti Ibridi o Full Electric su diverse tipologie di Prodotto (2, 3, 4 ruote).



Linee guida della ricerca

Orientamento

La sensibilità dell'opinione pubblica e delle istituzioni nei confronti della sostenibilità ambientale e della mobilità urbana ed extraurbana è in continua crescita.

La rapida urbanizzazione, spesso caotica e non sempre efficacemente supportata dalla diffusione dei mezzi pubblici, ha portato all'aumento del numero dei veicoli e, conseguentemente, degli ingorghi e degli agenti inquinanti emessi all'interno delle aree urbane.

Questa consapevolezza è ulteriore stimolo all'impegno del Gruppo Piaggio nell'offrire soluzioni di mobilità che tendano a migliorare la qualità della vita nelle città, riducendo il livello di congestione del traffico e l'inquinamento dell'aria e acustico.

La diffusione dei motocicli per la mobilità individuale è di per sé un modo per ridurre congestione e inquinamento ma, per essere effettiva, richiede un aumento della sicurezza reale dei veicoli a due ruote, ottenibile grazie allo studio e all'introduzione sui prodotti di sistemi di sicurezza attiva, passiva e preventiva. Infatti rendere più sicuri e più confortevoli i veicoli a due ruote può portare ad un aumento del loro utilizzo e quindi, nel contempo, ad una diminuzione delle autovetture circolanti, con un conseguente risparmio di carburante e di emissioni nocive di circa il 50%, a parità di condizioni di traffico².

Le linee guida principali per la ricerca del Gruppo sono dunque:

- › riduzione dei consumi e delle emissioni, miglioramento dei motori a combustione interna, miglioramento dei veicoli, aumento prestazioni;
- › sicurezza e comfort;
- › motorizzazioni alternative, ibride, elettriche;
- › ecocompatibilità del prodotto e del processo.

2_Cfr. ricerca effettuata da ADEME a Parigi su percorso circolare, con 31 Km di percorrenza in diverse condizioni di traffico.

Collaborazioni con Università e Centri di ricerca

Il Gruppo Piaggio conosce il grande valore dell'innovazione e della ricerca ed è convinto dell'importanza dello scambio di conoscenze e idee, nonché dello stimolo che da esso può scaturire per il miglioramento di tecnologie, metodologie e prodotti.

Università e Centri di ricerca costituiscono probabilmente il terreno più fertile per collaborazioni di questo tipo; per questo il Gruppo è da sempre coinvolto su molti fronti, allo scopo di rafforzare le sinergie tra gli ambienti della ricerca ed il proprio contesto industriale.

Nel corso degli ultimi anni, e in particolare nel 2014, a livello Nazionale il Gruppo ha intrattenuto rapporti continuativi di scambio e di ricerca con l'Università di Pisa, l'Università di Firenze, l'Università di Bologna, l'Università di Modena e Reggio Emilia, il Politecnico di Milano, il Politecnico di Torino, l'Università di Padova, l'Università di Perugia, l'Università di Roma - Tor Vergata, l'Università di Roma - La Sapienza, l'Università di Napoli, il Centro Ricerche Fiat, l'Istituto Motori CNR di Napoli, il Consorzio di Ricerca COMETA di Catania, il Consorzio QUINN di Pisa, il Consorzio Technos, il consorzio Numidia e il Consorzio SCIRE.

A livello Europeo le principali collaborazioni riguardano l'Università di Atene, l'Hellenic Institute of Transport di Atene e il Fraunhofer IAO (Università di Stoccarda), Austrian Institute of Technology, CERTH-APTL, IK4 CIDETEC, University of Warwick, Czech Tech University of Prague, Ricardo (UK e D), Idiada (E).



Collaborazioni con
Università e Centri di
ricerca italiani

In particolare, l'obiettivo di sostenere una continua innovazione è perseguito attraverso:

- › collaborazioni su progetti di ricerca e sviluppo;
- › partecipazione a Progetti Europei e Nazionali;
- › tesi di ricerca sperimentali.

Antenne Tecnologiche

Oltre alle collaborazioni esterne, il Gruppo dispone di due antenne tecnologiche interne di grande rilievo: il Piaggio Advanced Design Center di Pasadena (USA) e il team pluricampione del mondo Aprilia Racing.

Il PADC è stato fondato in California nel 2012 come centro di ricerca interno con la finalità di aprire una finestra sui cambiamenti della società, degli stili di vita, delle formule della mobilità urbana e metropolitana, sviluppando un sistema internazionale di competenze e ricerche negli ambiti dello stile e del marketing di prodotto che generino ricadute e stimoli da sviluppare in ambito tecnico.

Aprilia Racing, uno dei team più vittoriosi e prestigiosi al mondo con 25 titoli Piloti, 27 Costruttori e 337 vittorie nei singoli Gran Premi di tutte le Classi (125, 250, SBK), ha un rapporto di collaborazione tecnica continuativa con l'Innovazione del Gruppo, con un continuo scambio di idee e competenze.

Applicazioni

Il continuo miglioramento dei propri prodotti è alla base della Ricerca del Gruppo Piaggio. Nel campo dei motori in particolare, Piaggio ha sviluppato soluzioni che hanno permesso, già nel 2006, l'omologazione Euro3³ per tutta la gamma dei targati commercializzati nel mondo, riducendo sia le emissioni inquinanti (ad esempio, riduzione del 50% degli NOx emessi) sia i consumi⁴.

3_ Si ricorda che "Euro2 Ciclomotori" ed "Euro3 Motoveicoli" sono gli standard più avanzati e restrittivi vigenti; infatti, anche se l'omonimia può generare confusione, gli standard EuroX per le Auto sono basati su criteri completamente diversi da quelli stabiliti per i Motocicli e i Ciclomotori.

4_ Piaggio è stata la prima azienda a presentare sul mercato europeo uno scooter omologato Euro3 e dotato di iniezione elettronica: la Vespa 250 GTS, presentata nel maggio 2005 in anticipo sugli obblighi di normativa Euro3 entrati in vigore il 1 Gennaio 2006.

La Vespa prodotta e commercializzata in India è equipaggiata con il motore 125HE a carburatore, omologato secondo la normativa indiana Barath III (che ha caratteristiche diverse rispetto all'Euro3). A partire da ottobre 2014 è stata adottata l'iniezione elettronica, con il conseguente rispetto anche dei limiti imposti dalla normativa Euro3, fermo restando la conformità al Barath III.

I veicoli prodotti e commercializzati in Vietnam, in particolare la Vespa, rispondono alle stesse specifiche e normative di quelli europei, pur avendo peculiarità funzionali che li rendono particolarmente adatti al mercato locale. Questi contengono quindi gli stessi elevati standard tecnologici, qualitativi e prestazionali dei loro equivalenti europei.

I motori che equipaggiano i modelli prodotti in Vietnam hanno beneficiato di una messa a punto volta a renderli più adatti alle particolari condizioni d'uso di quel paese. Esse sono abbastanza diverse da quelle europee e sono caratterizzate, in ambito urbano, da bassissime velocità medie di percorrenza generate da un traffico estremamente congestionato. Per questi motivi è stata adottata, ad esempio, una particolare taratura del cambio CVT che privilegia la dolcezza di funzionamento e la riduzione dei consumi (conseguentemente anche delle emissioni di CO₂) poiché l'aspetto puramente prestazionale non è una richiesta del mercato vietnamita.

Il nuovo motore 125 / 150 "Tre Valvole", rispondente in Europa alla normativa Euro3, è attualmente in serie su Liberty Vietnam (aprile 2013) e Vespa LX Primavera Vietnam (settembre 2013). Si precisa che in Vietnam è possibile l'omologazione di veicoli conformi alla normativa Euro2.

Il processo di continuo miglioramento a cui è sottoposto il motore "Tre Valvole" 125 e 150 cc., presentato nel corso del 2011 su Vespa LX, è la prova concreta di questo impegno. Il Tre Valvole adotta soluzioni tecniche mirate al contenimento delle emissioni e alla riduzione degli attriti interni. La riduzione delle emissioni è ottenuta attraverso l'adozione di una particolare configurazione fluidodinamica dei condotti di aspirazione e della camera di combustione che dà luogo a un moto detto "tumble" della miscela aria benzina aspirata, che consente di migliorare il rendimento termodinamico. A questo si aggiunge l'accurato studio volto a diminuire gli attriti interni (lubrificazione, adozione bilancieri a rullo, adozione cuscinetti volventi etc.) che ha portato a significativi risultati in termini di riduzione di consumi.

Nel corso del 2013 il motore 3V è stato sottoposto ad un lavoro di affinamento che ha portato a ridurre i consumi di un ulteriore 5% a 40 km/h, valore di raffronto standard. In realtà il miglioramento è più evidente a velocità maggiore, arrivando a sfiorare i 60 km/l a 50 km/h.

Il lavoro di ottimizzazione è proseguito nel 2014, nell'ottica di equipaggiare con questa unità anche la nuova Vespa Primavera, ed ha riguardato sia la parte termodinamica sia l'efficienza della trasmissione.

Miglioramento continuo: consumi delle versioni del 125cc 3V a 50 km/h

Anno (modello)	Litri/100km
2012 (Vespa LX)	1,88
2013 (Liberty 3V)	1,69
Miglioramento 2013 - 2012	-10,1%
2014 (Vespa Primavera)	1,56
Miglioramento 2014 - 2013	-7,7%

5_ Molte attività hanno fatto parte del Programma di Ricerca del progetto MUSS, finalizzato allo sviluppo di soluzioni innovative per l'eco-compatibilità e per un trasporto urbano più sostenibile.

Concretamente, alcune delle applicazioni della ricerca ai Prodotti avutesi nell'ultimo anno sono state⁵:

Riduzione dei consumi e delle emissioni, miglioramento dei motori

I risultati in questo campo sono ottenuti in particolare attraverso tre campi di ricerca fondamentali:

- > ottimizzazione della termo-fluidodinamica motore, con particolare riferimento al processo di combustione;
- > contenimento delle perdite organiche (attriti, pompaggi);
- > miglioramento del rendimento del sistema di trasmissione CVT.

Molte energie sono anche rivolte allo studio dell'acustica e della timbrica motore tramite lo sviluppo di metodologie numerico-sperimentali per la progettazione di sistemi di aspirazione e scarico e componenti motore con emissioni acustiche contenute e gradevoli.

Miglioramento dei veicoli, riduzione degli assorbimenti

Questo obiettivo viene metodicamente perseguito attraverso l'utilizzo di simulazioni aerodinamiche (CFD) e la validazione dei risultati mediante analisi comparativa con i dati sperimentali ottenuti nella galleria del vento dell'Università di Perugia.

Incremento delle prestazioni

Anche se l'attività riguarda tutti i progetti, il prodotto emblema della capacità tecnica del Gruppo nel campo della ricerca delle prestazioni è certamente la versione 2015 della RSV4, presentata a novembre 2014. Si tratta della moto campione del Mondo Superbike 2014 in carica, il cui motore è stato totalmente riprogettato per ottenere 16 cavalli in più e una riduzione di peso di 1,6 kg. Limitando l'elenco alle novità più importanti, la versione 2015 del V4 di 65° ha un nuovo air box studiato, come tutta la fluidodinamica interna, con CFD (Computational Fluid Dynamics). Nuovi iniettori superiori, nuovi cornetti di aspirazione a lunghezza variabile a gestione separata per bancata, soluzione perfetta per integrarsi con il nuovo sistema aPRC. Le valvole sono ora in titanio e tutta la distribuzione è stata alleggerita, così come l'albero motore e le bielle. Il semibasamento superiore è alleggerito e rinforzato, il sistema di ventilazione è stato ottimizzato per ridurre le perdite di potenza dovute alla pressione all'interno dei carter. Migliorato il pescaggio dell'olio e diminuito il livello per ridurre gli attriti. Nuova la trasmissione e l'impianto di scarico, con nuova gestione elettronica della valvola e dotato di due sonde lambda (una per bancata). Aumentata anche la potenza di calcolo della centralina di controllo motore per ottenere una gestione più accurata del motore nella zona di rotazione massima raggiungibile.

Aumento sicurezza e comfort

Il 2014 ha visto un forte impulso nel settore, riassumibile nei seguenti punti:

- › Traction Control "wireless", per veicoli non dotati di Ride by wire, in abbinamento con ABS per massimizzare l'aderenza in accelerazione e frenata; il sistema è stato esteso a tutta la produzione Vespa > 50 cc., MP3, Beverly, X10;
- › studio e sperimentazione di un sistema avanzato di sospensioni elettroniche semiattive ADD (Aprilia Dynamic Damping) e applicazione nella produzione di serie su Aprilia Caponord 1200, di cui nel 2014 è stata sviluppata un'ulteriore versione;
- › estensione del Ride by wire a gran parte dei veicoli del Gruppo, inclusa la versione 500 di MP3 2014; consente l'adozione del Traction Control "by wire" in abbinamento con ABS, per massimizzare l'aderenza in accelerazione e frenata, e offre la gestione multimappa del motore per adattare l'erogazione di potenza alle condizioni di aderenza o di guida;
- › cruise control (basato su Ride by wire); disponibile sulle moto Aprilia e Moto Guzzi;
- › sistema APRC (Aprilia Performance Ride Control, basato su Ride by wire) su RSV4 che comprende:
 - ATC (Aprilia Traction Control, il controllo di trazione regolabile in corsa, senza chiudere il gas, su 8 livelli grazie ad un pratico joystick sul semimanubrio sinistro, con raffinatissime logiche di intervento);
 - aWC: Aprilia Wheelie Control, il sistema di controllo di impennata, regolabile su tre livelli, è stato ricalibrato per la massima performance nel livello 1, il più libero;
 - aLC: Aprilia Launch Control, il sistema di asservimento alla partenza per esclusivo uso pista, regolabile su 3 livelli;
 - aQS: Aprilia Quick Shift, il cambio elettronico, per cambiate rapidissime senza chiudere il gas e senza usare la frizione;
- › sistema Race ABS (solo per RSV4), studiato e sviluppato da Aprilia in collaborazione con Bosch per garantire non solo estrema sicurezza su strada, ma anche la migliore performance in pista;
- › sospensione a precarico regolabile elettricamente, applicata su Piaggio X10 e su Aprilia Caponord in cui fa parte del pacchetto ADD (sospensioni elettroniche);
- › faro interamente a led per scooter (Vespa 946);
- › diffusione e ampliamento del sistema di info-mobilità Piaggio Multimedia Platform, basato su collegamento tra smartphone e veicolo via Bluetooth® (Piaggio MP3 e X10, Vespa GTS 2014, Vespa 946, Aprilia Caponord, Aprilia RSV4), iOS e Android.

PIAGGIO MULTIMEDIA PLATFORM mette in contatto gli scooters Piaggio con il mondo

L'innovativa piattaforma multimediale, denominata **PIAGGIO MULTIMEDIA PLATFORM (PMP)** connette il veicolo allo smartphone (iOS o Android) via Bluetooth, consentendo di utilizzare il telefono sia per ampliare la strumentazione di bordo sia per aumentare le funzionalità a disposizione del Cliente. Inoltre PMP consente di agganciare il veicolo a Internet tramite il collegamento Rete Dati, offrendo una funzionalità e possibilità di sviluppo davvero ampie.

PMP ha debuttato su Piaggio X10 nel 2012. Durante il 2013 è stata installata anche su Vespa 946, Piaggio MP3 e Aprilia Caponord. Lo sviluppo e la diffusione hanno proseguito nel 2014 aggiungendo nuove funzionalità e nuove grafiche specifiche per i vari modelli e Brand.

Cruscotto esteso: la connessione wireless permette di tenere sotto controllo tutti i parametri del veicolo, da quelli usuali come il tachimetro e il contagiri a quelli più tecnici quali potenza e coppia istantanee del motore, l'accelerazione positiva o negativa, l'inclinazione del veicolo, il consumo istantaneo e medio, la velocità media, il voltaggio della batteria e così via. Il guidatore può scegliere i parametri che preferisce monitorare.

Sicurezza: la funzione di controllo dei pneumatici (sulle versioni con ABS/ASR) tiene sotto controllo usura e pressione delle gomme avvertendo il guidatore prima che una situazione potenzialmente critica si manifesti; la funzione di analisi generale permette di tenere sotto controllo la funzionalità del veicolo; in caso di anomalia, suggerisce il comportamento migliore da tenere e, se necessario, indica l'officina autorizzata più vicina. Per la sicurezza del guidatore, normalmente le funzioni di interazione sono disabilitate quando il veicolo è in movimento.

Navigazione: quando il serbatoio è in riserva, il sistema suggerisce automaticamente il benzinaiolo più vicino e imposta il navigatore, se richiesto. PMP registra automaticamente la posizione del veicolo quando viene spento il motore, rendendo agevole il ritorno al parcheggio anche in località sconosciute.

Manuale Utente: è possibile sfogliare l'uso e manutenzione del veicolo direttamente sul dispositivo mobile, avere i dati di immatricolazione veicoli, le scadenze della tassa di circolazione e assicurazione a portata di dito.

Nel 2014 sono state aggiunte altre funzionalità come:

Eco Meter: il cambiamento di colore del display fornisce in tempo reale indicazioni sullo stile di guida e fornisce una valutazione finale, con la possibilità di condividerla attraverso i social.

Grip Warning: fornisce una valutazione diretta del sistema di controllo di trazione riguardo alla bontà del fondo stradale. Se il sistema rileva condizioni di bassa aderenza, genera un avviso sul display.

PMP registra continuamente i dati di viaggio, così da permettere, se si desidera, di analizzare a casa con un calcolatore e in modo semplice, lo stile di guida; dal 2014 è possibile vedere i dati visualizzati lungo la mappa del percorso.

E' stata resa disponibile anche la versione "beta" per veicoli elettrici delle flotte postali, che include funzionalità avanzate per la gestione del veicolo e della carica delle batterie, tra cui la "Gestione Intelligente dell'Autonomia" brevettata da Piaggio. Questa versione è stata sottoposta a un positivo un test sul campo nel corso del 2014.

Veicoli basculanti

Certamente, nell'ambito della ricerca sulla Sicurezza Attiva, l'obiettivo più ambizioso di Piaggio rimane lo studio e realizzazione di formule nuove di prodotto, quali i 3/4 ruote basculanti, che garantiscono una stabilità superiore anche su terreno bagnato o sconnesso e minori spazi di arresto rispetto ai normali scooter. Il punto di riferimento nel campo è rappresentato dal tre ruote basculante Piaggio MP3, la cui commercializzazione è iniziata nel 2006.

Queste nuove formule, con l'aggiunta di ulteriori dispositivi di sicurezza, possono raggiungere livelli vicini agli standard automobilistici, mantenendo i vantaggi in termini d'ingombro, emissioni e consumo, tipici dei veicoli a due ruote.

VANTAGGI MP3

MAGGIOR SICUREZZA DI GUIDA RILEVATA ATTRAVERSO LA MISURAZIONE DELLA FORZA VERTICALE APPLICATA ALLE RUOTE ANTERIORI.

I test effettuati hanno dimostrato che nel passaggio da fondo liscio a pavè o ad acciolato leggero la riduzione della forza è stata per MP3 rispettivamente del 18% e del 38% inferiore a quella di un corrispondente veicolo 2 ruote.

MINORI SPAZI DI ARRESTO IN FRENATA.

Su fondo liscio MP3 contiene gli spazi d'arresto rispetto al corrispondente veicolo 2 ruote del 12% su fondo liscio e del 20% su fondo sconnesso.

MAGGIORE GUIDABILITÀ NEL TRAFFICO.

MP3 non richiede al guidatore di appoggiare i piedi a terra a veicolo fermo.

Motorizzazioni alternative, ibride plug-in ed elettriche

Settore 2 ruote

Negli ultimi anni lo sforzo tecnologicamente più avanzato per la riduzione dell'impatto ambientale è rappresentato dallo sviluppo, iniziato nel 2009, del motore 125 e 300 Hybrid. Questa innovazione utilizza un'unità motrice ibrida, di tipo parallelo, che unisce un modernissimo propulsore a combustione interna dotato di iniezione elettronica ad un motore elettrico. La gestione integrata dei due propulsori consente di migliorare le prestazioni complessive del veicolo e permette un drastico abbassamento dei livelli di emissioni inquinanti. Nel 2013 sono stati completati la realizzazione e lo sviluppo delle nuove batterie modulari da 1.5 kWh che saranno il capostipite delle future famiglie di batterie modulari che accoglieranno numerosi miglioramenti funzionali per aumentarne la versatilità.

La ricerca nel 2014 è proseguita con particolare riguardo a:

- › studio e sviluppo di soluzioni finalizzate a migliorare prestazioni ed affidabilità dei sistemi di controllo elettronico;
- › studio e sviluppo di soluzioni finalizzate a migliorare i sistemi di accumulo di energia, nuove batterie modulari (al Litio) da 1.5 kWh e loro utilizzo anche in campi non convenzionali per Piaggio;
- › studio e sviluppo di soluzioni finalizzate a garantire una migliore fruibilità del veicolo da parte del cliente per mezzo di una Gestione Intelligente dell'Autonomia (GIA, brevetto Piaggio).

Electric Bike Project: un prodotto totalmente nuovo

Come logica conseguenza dell'impegno di Piaggio nella tecnologia per l'ambiente, nel 2014 è stato presentato l'Electric Bike Project, un mezzo completamente nuovo che mira a soddisfare i bisogni più evoluti e le tendenze più avanzate di mobilità.

Piaggio Electric Bike Project supera il concetto di bicicletta a pedalata assistita e si propone come un mezzo che interpreta a 360 gradi le esigenze più progredite di una mobilità, non più intesa semplicemente come capacità di spostamento ma anche come presenza e condivisione di informazioni nelle più moderne forme della rete e interazione col proprio mezzo.

Grazie alla tecnologia PMP (Piaggio Multimedia Platform), Electric Bike Project presenta un'avanzatissima

interfaccia tra uomo e mezzo meccanico e garantisce una condivisione continua di dati.

Il motore da 250W-350W è figlio dell'esperienza Piaggio nel campo Hybrid e Full Electric, interamente progettato, sviluppato e costruito dal Gruppo Piaggio, così come la batteria al Litio e l'elettronica di controllo. La sua forma compatta è studiata per il perfetto inserimento nel telaio, in ombra alla corona, così da ridurne grandemente l'impatto estetico.

L'interfaccia Uomo/Macchina è centrale nel progetto: il display "contactless" si collega e alimenta automaticamente via NFC e serve da chiave di avviamento e antifurto. L'uso di PMP, con le funzioni specifiche derivate e ampliate rispetto a quanto descritto per Moto e Scooter, è nativo e consente di gestire la bici, la propria prestazione, interagire con i social, ricevere informazioni meteo etc. Lo smartphone è utilizzabile anche per l'aggiornamento software, la diagnosi iniziale e il check più completo.

Nella batteria è alloggiato un modulo GPS/GSM che funziona sia da antifurto satellitare sia da elemento di trasmissione dati. E così possibile conoscere via app lo stato di carica e l'avviso di livello basso, per esempio dopo una lunga sosta invernale. Fornisce un'autonomia ampia, compresa tra i 60 e i 120 chilometri in dipendenza delle modalità e condizioni di utilizzo.

La trasmissione è a cinghia e prevede su alcune versioni il cambio elettronico automatico a variazione continua.

L'esclusiva tecnologia DEA (Dynamic Engine Assistance) consente di programmare il livello di assistenza in rapporto alla potenza offerta dal ciclista. Il ciclista, per esempio, può impostare un valore preferito di sforzo (potenza, frequenza e velocità) mentre il motore adegua istantaneamente il suo apporto per assorbire le variazioni altimetriche. Electric Bike Project diventa una vera macchina da fitness.

Settore 3 / 4 ruote

In questo settore Piaggio si è sempre contraddistinta, rispetto alla Concorrenza, per le caratteristiche di manovrabilità e compattezza dei propri veicoli, ma anche per l'attenzione per l'Ambiente.

Questa sfida, in Europa come in India, viene affrontata attraverso:

- > lo studio, la produzione e la commercializzazione di motori a basso consumo e a ridotte emissioni inquinanti;
- > l'utilizzo di combustibili alternativi;
- > la commercializzazione di veicoli elettrici;
- > l'alta efficienza di trasporto (rapporto tra massa trasportabile e peso totale a terra).

Nell'ultimo biennio la gamma dei veicoli destinata al mercato indiano è stata riprogettata in tale ottica. In particolare sul veicolo Porter 1000, che ha avuto avvio produttivo a dicembre 2012, è stata introdotta la motorizzazione Diesel BNA (Bicilindrico Naturale Aspirato) che rispetta i limiti di emissione indiani Bharat IV (BSIV) e garantisce consumi inferiori ai concorrenti.

L'attuale normativa indiana impone il rispetto dei limiti di emissione BSIV (per la Categoria N1) nelle sole 20 principali città; l'estensione al resto delle aree del Paese avverrà, secondo le attuali previsioni, non prima del 2016.

* Ultime previsioni affidabili



La scelta di anticipare le necessità è quanto mai importante in un Paese come l'India dove gli ultimi rapporti sulla Green Economy hanno confermato valori di gas a terra non in linea con gli standard mondiali.

Sempre a dicembre 2012 è iniziata in India la produzione del Nuovo Ape City, veicolo a tre ruote per la mobilità urbana indiana, disponibile in tre motorizzazioni: Benzina, CNG (Metano) ed LPG (GPL). Il nuovo motore benzina 200cc rispetta i limiti di emissioni Bharat III, mentre le altre motorizzazioni sono state pensate per l'impiego all'interno delle metropoli indiane, dove i valori di gas a terra sono così elevati da consentire solo la circolazione di veicoli con motorizzazioni alternative.

Un obiettivo comune, che riguarda tutta la gamma Piaggio prodotta in India, è quello della riduzione dei consumi, con interventi di costante ottimizzazione del powertrain oltre a quello parallelo della riduzione del peso del veicolo.

I consumi della gamma indiana risultano estremamente competitivi rispetto ai principali competitors.

Nella versione metano i consumi su strada risultano inferiori del 5% circa rispetto al miglior concorrente.

Per il 2014 è stata resa disponibile sul mercato Indiano la versione monofuel LPG con l'obiettivo di diminuire il costo per chilometro e l'impatto sull'ambiente, viste le caratteristiche di tale combustibile alternativo ed ecocompatibile e per rispondere alle normative vigenti in alcuni dei principali centri urbani dell'India.

A completamento della gamma Ape City in India, è stata introdotta nel corso dell'anno la versione Diesel con un ulteriore miglioramento delle percorrenze chilometriche.

Per il mercato Overseas è stata sviluppata una versione specifica di Ape City (High-Slope), pensata per soddisfare le esigenze dei clienti che debbono utilizzare tale veicolo in un territorio morfologicamente difficile.

La gamma dei veicoli commerciali proposti da Piaggio per il mercato europeo si caratterizza quale specialista della mobilità "intra-city", con una particolare attenzione alla riduzione dei consumi di carburante e dei livelli di emissioni inquinanti; elementi fondamentali per un sistema di trasporto sostenibile, soprattutto nell'ultimo miglio" del processo di movimentazione e consegna delle merci, che impatta direttamente sulla qualità della vita nelle aree metropolitane e nei centri storici.

Piaggio da anni si è orientata nel dotare i propri veicoli di motorizzazioni ad alimentazioni alternative quali GPL, Metano ed Elettrica. La disponibilità di tali motorizzazioni realizzate direttamente dalla Casa Madre ha contribuito all'incremento della circolazione di veicoli a combustibili meno inquinanti (GPL e Metano) e all'incremento della circolazione di veicoli a zero emissioni equipaggiati da una motorizzazione elettrica. Un esempio di tale orientamento del Gruppo Piaggio si trova nel veicolo Porter Versione Chassis alimentato a Metano che vanta un valore di emissioni di CO₂ pari a 120 g/km (livello mai raggiunto prima). È altresì importante ricordare anche il valore di emissioni di CO₂ del predetto veicolo motorizzato Diesel che infatti risulta pari a 130 g/km.

Oltre alla riduzione delle emissioni, attraverso l'introduzione di motorizzazioni a basso impatto ambientale, i veicoli commerciali Piaggio contribuiscono al trasporto a basso impatto ambientale delle merci nei centri urbani, in special modo nei centri storici, grazie alle dimensioni e all'alta efficienza di trasporto (rapporto tra massa trasportabile e peso totale a terra).

	DIMENSIONI COMPATTE	<ul style="list-style-type: none"> › ideale per i centri storici › facilità di guida › riduzione dell'inquinamento visivo
	EFFICIENZA OPERATIVA	<ul style="list-style-type: none"> › portata › modularità › costi di gestione
	MOTORIZZAZIONI DISPONIBILI	<ul style="list-style-type: none"> › Benzina › Diesel › GPL › Metano › Elettrica

Elettrico – Fattori chiave di successo

Per quanto riguarda il modello Porter Elettrico, dal 1995 risultano più di 7.000 i veicoli elettrici venduti in tutta Europa.

Dal 1995 ad oggi, la tecnologia Full Electric è cresciuta all'interno di Piaggio ed addirittura consolidata e migliorata. Tale tecnologia continua a convincere perché pur essendo accessibile, affidabile, semplice, garantisce ottime prestazioni sia in termini di potenza erogata (11 kW), sia in termini di coppia (55 Nm a 1.800 rpm).

Ecocompatibilità del prodotto e del processo

“Life Cycle Management” nei 2 Ruote

Sebbene nessuna norma in tema di riciclabilità sia attualmente in vigore né prevista per i veicoli a due ruote, il Gruppo Piaggio si è mosso con anticipo in tal senso. Le tecnologie e i materiali impiegati per la progettazione e la costruzione degli scooter e delle moto del Gruppo sono infatti mirati alla compatibilità ambientale e ad un loro efficace smaltimento a fine vita, fin dall'esordio di Sfera 50 (1989). A partire dal 2008, Piaggio ha inoltre modificato i cartigli dei disegni e le informazioni riportate in distinta base in modo da rendere automatico il controllo dei materiali impiegati per la costruzione dei veicoli e ottimizzare le attività di smontaggio per un più facile processo di smaltimento.

E' stata compiuta con la collaborazione di UniFi l'analisi delle caratteristiche di riciclabilità dell'MP3 125 Hybrid secondo la normativa ISO 22628:2002. Questo è stato realizzato tramite lo smontaggio di un esemplare reale del veicolo ed il censimento di tutti i suoi componenti. Il tasso di riciclabilità è risultato essere pari all'88%, un valore ampiamente superiore al limite dell'85% imposto dalla normativa vigente (attualmente in vigore solo nel settore auto per veicoli di categoria N1 e M1), dimostrando nuovamente l'elevata compatibilità ambientale del veicolo Piaggio anche in ottica di trattamento di fine-vita.

“Life Cycle Management” nei 4 Ruote

Nel settore 4 ruote la situazione normativa è diversa e assimilata all'auto.

Con l'introduzione dal 2007 della Normativa Europea REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemical substances), le Aziende Costruttrici Automotive sono obbligate a seguire le linee guida indicate nell'AIG (Automotive Industries Guidelines), tra le quali monitorare l'utilizzo di sostanze pericolose/proibite e verificare l'andamento dei tassi di riciclabilità e recuperabilità dei materiali utilizzati.

In merito a questo, nel corso degli anni, Piaggio ha intrapreso un impegnativo percorso per garantire un elevato livello di riciclabilità dei propri veicoli, giungendo ad importanti risultati quali la limitazione dell'impiego di materiali ritenuti pericolosi (piombo, cromo, mercurio, cadmio) e la realizzazione di un manuale per la demolizione del veicolo a fine vita.

Piaggio monitora costantemente i tassi di riciclabilità e di recuperabilità dei propri veicoli e un'indagine interna ha mostrato, per questi due indicatori, valori superiori, rispettivamente, all'85% e al 95%, ossia alle soglie determinate dalla Direttiva 2000/53/CE. Per esempio, il Porter nella versione Porter Elettrico EVO Pianale, garantisce un tasso di riciclabilità del 91% e un tasso di recuperabilità del 95,8%. L'attenzione di Piaggio nei confronti dell'ambiente passa anche attraverso l'impegno, fin dalla progettazione, nel garantire l'eco-compatibilità dei propri veicoli commerciali anche al termine della propria vita utile.

Le analisi svolte hanno inoltre permesso la realizzazione di un database mediante il quale tenere aggiornati in tempo reale la composizione materiale dei veicoli e i tassi di riciclabilità e di recuperabilità degli stessi, fin dalla loro progettazione.

Di seguito si riportano i valori di Riciclabilità e di Recuperabilità aggiornati secondo le distinte basi veicoli a novembre 2013, per ciascuno dei veicoli secondo le motorizzazioni Euro 5 Benzina, Diesel ed Elettrico.

	P120	MULTITECH	EVO
Riciclabilità (R_{cyc})	PORTER = 90,05% MAXXI = 90,94%	MAXXI = 91,1%	PORTER = 91%
Recuperabilità (R_{cov})	PORTER = 95,05% MAXXI = 96,03%	MAXXI = 95,9%	PORTER = 95,8%

Impiego di plastiche di origine riciclata

Nei veicoli del Gruppo Piaggio le parti in polipropilene pigmentate in massa (pedane, controscudo, depuratore aria etc.) possono essere costituite, a discrezione del fornitore, da materiali derivati da riciclo. Nella tabella seguente si riporta una stima basata sull'analisi di un prodotto in ottica Life Cycle Management in commercio (Beverly 2009, veicolo tecnologicamente significativo dell'intera produzione scooter).

Materie plastiche componenti la carrozzeria	%
Totale peso materie plastiche carrozzeria su peso del veicolo	10
Totale peso polipropilene pigmentato in massa (di possibile origine riciclata) su peso veicolo	7
Totale polipropilene pigmentato in massa su peso carrozzeria	70

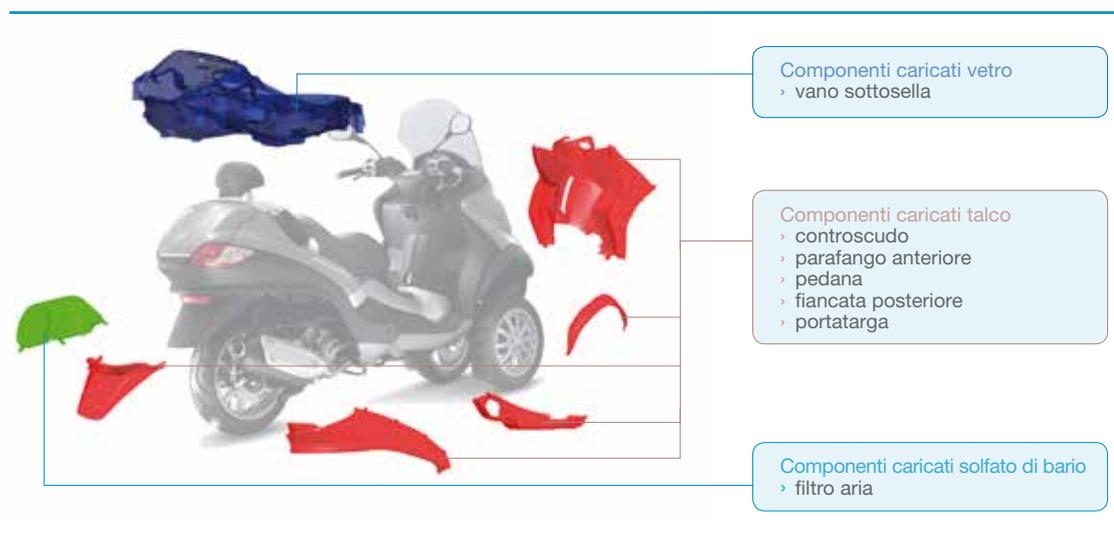
Materie plastiche
componenti la carrozzeria

Progetto Ri-Prodotti

Il Gruppo Piaggio ha partecipato al progetto "Ri-Prodotti", previsto dal protocollo d'intesa tra Regione Toscana, Revet S.p.A. e Corepla (Consorzio Nazionale Riciclaggio della plastica), che ha ad oggetto il recupero diretto di materie plastiche dall'indifferenziato, la loro lavorazione specifica per riportarle a condizioni di elevato pregio e l'impiego in stampi per parti verniciate nella produzione corrente.

Piaggio, insieme a Revet S.p.A. e Industrie Generali, ha realizzato manufatti impiegando il nuovo composito, detto Plasmix. L'attività ha riguardato sia parti verniciate (scudo, fiancate, controscudo, bauletti) sia colorate in massa (sottosella, portacasco, coperchi motore, scatole filtro). Il materiale ottenuto dal riciclo "da discarica" sostituisce in percentuale elevata (solitamente circa il 30%) il materiale vergine, con un evidente vantaggio in termini di risparmio di prodotti petroliferi e di emissioni inquinanti (si evita la termovalorizzazione del riciclato e la trasformazione del materiale vergine).

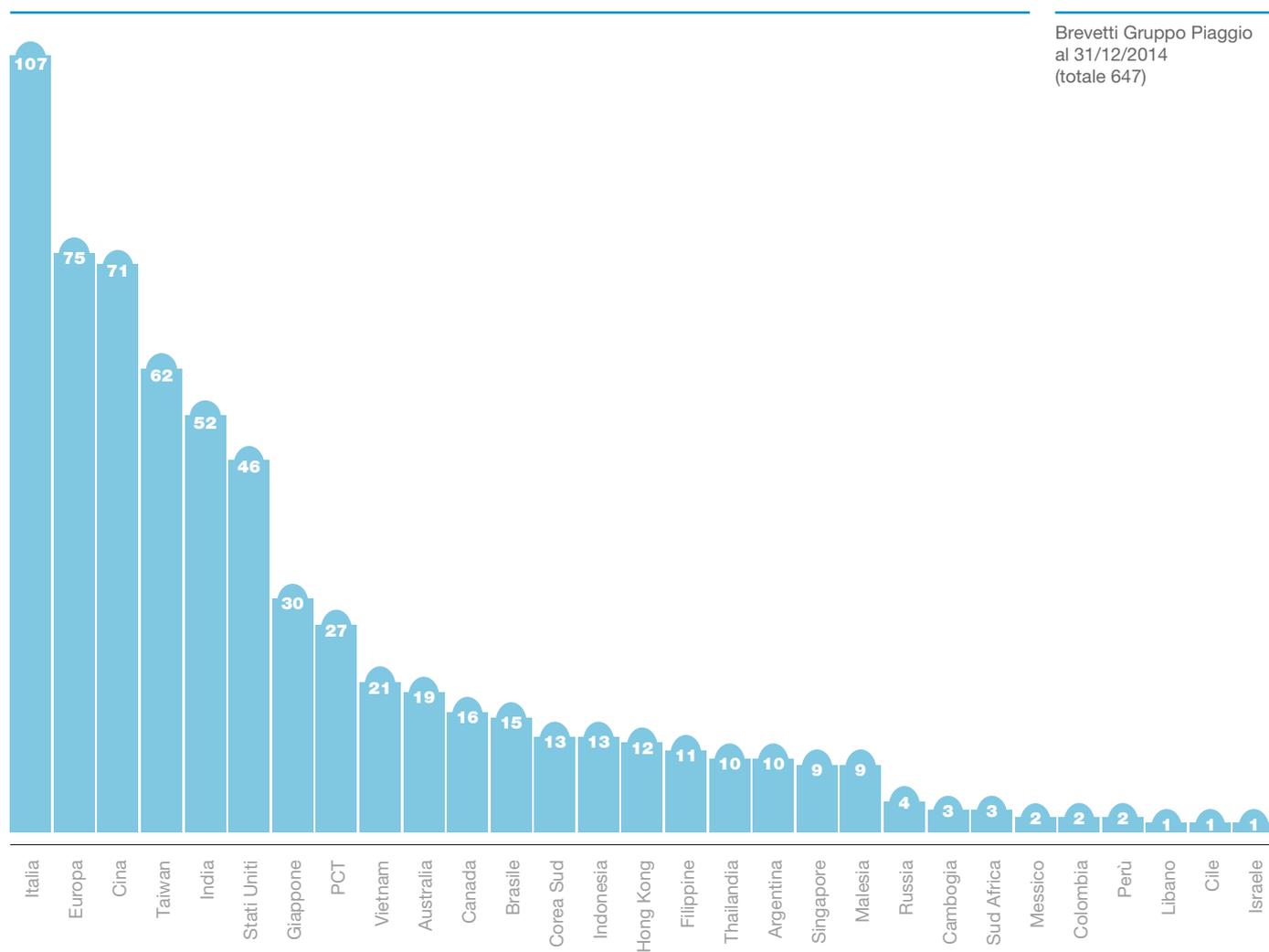
Dal 2011, la percentuale di materiale recuperato nella miscela è stata portata al 40%, per alcune applicazioni. Sono stati inoltre perfezionati sia gli aspetti tecnici, incluso il deposito del brevetto sul materiale ottenuto, che gli aspetti commerciali.



Applicazioni su
PiaggioMP3

Brevetti

L'intensa attività di ricerca e sviluppo si riversa continuamente in depositi brevettuali nei Paesi in cui il Gruppo opera⁶. Attualmente il portafoglio di brevetti comprende 647 depositi (+10% rispetto al 2013).



⁶Il "PCT" (Patent Cooperation Treaty) è un tipo di deposito che permette di "prenotare" il brevetto in tutto il mondo, fissando la data di anteriorità e la proprietà, per poi entrare nelle fasi nazionali o regionali, chiedendo entro un certo numero di mesi a ogni nazione di esaminare il brevetto e di concederlo.

Progetti finanziati nazionali e europei

Il Gruppo Piaggio promuove domande di finanziamento nelle sedi Regionali, Nazionali e Europee, a conferma della qualità della propria ricerca.

Progetti Regionali

Nel 2014 è stata presentata una domanda per un progetto denominato ADAMo (Aerodinamica Digitale Adattativa per Motocicli) nell'ambito del Bando Regionale ICT e Fotonica, Ingegneria dei componenti e sistemi (dispositivi/manufatti/processi) integrati avanzati e intelligenti.

L'idea progettuale consiste nel realizzare un Sistema Attivo di Controllo dell'Aerodinamica per motocicli che sia in grado di modificare il flusso aerodinamico in funzione delle condizioni operative e delle prestazioni richieste, utilizzando tra l'altro un'interfaccia utente dedicata su Smartphone (App). Fanno parte del Consorzio (che deve essere formato da aziende e enti con sede in Toscana) l'Università di Pisa (sistemi di trasmissione dati), CUBIT (centro avanzato di innovazione), RICO (PMI per lo sviluppo di sensoristica elettronica), TELCOMMS (PMI, sistemi di comunicazione evoluti), INFN (ente di ricerca, sviluppo tecniche HPC), PSM (PMI, prototipazione e ingegnerizzazione).

La domanda è in fase di valutazione da parte della Regione Toscana.

Progetti Nazionali

DETECH

È in corso di svolgimento il progetto DE.TECH (DEsign cfd e TECHnologie estetiche), progetto finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico nel BANDO NUOVE TECNOLOGIE PER IL MADE IN ITALY - Industria 2015.

Il progetto, iniziato il 1 Settembre 2011, terminerà il 30 Giugno 2015. Piaggio è capofila del Consorzio, composto da 11 partners tra cui l'Università di Roma Torvergata, tre Organismi di Ricerca (Consorzio SCIRE, Centro Interuniversitario di Formazione Internazionale H2CU, Consorzio QUINN) e 6 Piccole e Medie Imprese (NUMIDIA, COMETA, NIVOL, RELAB, Consorzio TECHNOS, TQS).

Lo scopo del Progetto è la definizione e messa a punto di processi, metodologie, strumenti, competenze per il miglioramento del processo di definizione e sviluppo di nuovi prodotti nel settore delle due ruote (moto e scooter), in particolare nelle seguenti aree:

- › **Realtà Virtuale**, come strumento di supporto alle fasi di ideazione e definizione del concept;
- › **Metodologia sviluppo nuovi concept**, per ottimizzare il percorso dall'analisi dei bisogni del cliente sino alla definizione delle funzioni e dei requisiti del prodotto;
- › **PLM**, per garantire l'integrazione dei processi di definizione e sviluppo prodotto, dall'idea sino alla produzione;
- › **Materiali e Tecnologie**, per sviluppare nuove soluzioni tecnologiche che supportino il raggiungimento dei fattori chiave di successo del prodotto.

Nel corso del 2014 sono state portate a termine le attività di ricerca e sviluppo degli strumenti (sala di realtà virtuale, CFD e sistema di Reverse Engineering) la cui sperimentazione è prevista nel primo semestre 2015. Sono state inoltre identificate le tecnologie innovative più promettenti per il miglioramento estetico degli attuali componenti veicolo, quali il trattamento PVD (Physical Vapour Deposition) e il sovrastampaggio IMD (In Mould Decoration), attività che si è concretizzata nella realizzazione e sperimentazione su campioni di materiale. Seguirà nel 2015 la realizzazione di alcuni componenti prototipali di scooter e moto (Vespa 946, Progetto Guzzi Naked a Aprilia Caponord).

Infine è diventato operativo il nuovo sistema PLM, il cui ampliamento avverrà nel corso del 2015.

ITALY 2020 – Mobilità su Gomma

Il 2 gennaio 2014 ha avuto ufficialmente inizio il progetto ITALY2020 – Mobilità su Gomma, finanziato dal MIUR nell’ambito del bando Cluster Tecnologici Nazionali – Mezzi e sistemi per la mobilità di superficie terrestre e marina.

Il capofila è la ATI Piemonte (CRF, Magneti Marelli Sistemi Sospensioni) di cui il Centro Ricerche Fiat è la mandataria. Nel progetto sono coinvolti numerosi attori industriali di Emilia (Ferrari, RIBA, Landi Renzo, HPE), Lombardia (Streparava, OMR, Cromodora Wheel), Abruzzo (Tecnomatic S.p.A, Delta-Preg Uninominale S.p.A., Progetto Logistico S.r.l., Invenmeccanica S.r.l.) e Campania (Adler Plastics), partner accademici (Politecnico di Torino, Politecnico di Milano, Università di Padova, Università di Roma La Sapienza, Università di Modena e Reggio Emilia) e organismi di ricerca (ENEA e CNR).

Il progetto prevede lo svolgimento di attività di ricerca e sviluppo con l’obiettivo di validare Modelli atti a descrivere tutti gli aspetti (fisici, tecnologici, economici, di mercato e del territorio) dei diversi possibili approcci considerati rilevanti ai fini del raggiungimento di un’economia decarbonizzata (EU 2050) tramite una Mobilità che sia Smart, Green and Interconnected.

Obiettivo finale del progetto è definire la Vision Futura ITALY 2020 in termini di Priorità strategiche (Tecnologie, Investimenti, etc.) distribuite sul territorio Italiano (Breve, Medio e Lungo periodo) al fine di ottenere gli scenari di Mobilità Decarbonizzata.

Il primo anno di attività ha riguardato la Analisi dello Stato dell’Arte di Modelli Matematici sulla mobilità su gomma e la definizione delle specifiche e alternative tecnologie per ciascuna area degli Obiettivi Realizzativi OR2 (Alleggerimento), OR3 (Elettificazione del veicolo), OR4 (Combustibili e Powertrain) e OR5 (Data and Communication).

ATTIVITÀ PREPARATORIE ai Progetti Europei 2014-2020

7_ ACEM, l’Associazione dei Costruttori Europei di Motocicli.
<http://www.acem.eu>.

8_ EGVA (European Green Vehicles Initiative Association) è una diramazione di ERTRAC: European Road Transport Research Advisory Council (ERTRAC).

Nel corso del 2013 e del 2014 Piaggio ha partecipato attivamente ai lavori preparatori del programma Horizon 2020 in ambito Transport. In particolare, ha dato supporto ad ACEM⁷ per la proposizione di tematiche di ricerca prioritarie nel settore 2 ruote (safety, powertrain, urban mobility). Piaggio, che è membro ACEM, ha dato un forte apporto per le tematiche riguardanti i veicoli elettrici attraverso l’adesione alla EGVA⁸, principale interlocutore della Commissione Europea per le attività di Ricerca e Innovazione sui “Veicoli Verdi”.

Nel 2013 sono state poste le basi per un nuovo importante coinvolgimento del Gruppo Piaggio nei Progetti Europei i cui bandi sono stati pubblicati a inizio 2014.

Piaggio ha presentato tre proposte progettuali (RESOLVE, eCaiman e Reliable) nell’ambito del nuovo programma di finanziamenti, denominato Horizon 2020.

Sviluppo Sistemi ITS: il coinvolgimento di Piaggio

Piaggio partecipa dal 2010 ad un comitato di ACEM (Associazione Costruttori Europei Motocicli) con il fine di monitorare evoluzioni e potenziali ricadute dello sviluppo dei sistemi ITS (Sistemi di Trasporto Intelligenti) in campo automotive, tra cui in particolare la eCall (Chiamata di Emergenza) e di contribuire alla definizione della posizione strategica di ACEM sul tema ITS in ambito europeo.

Il 2014 ha visto la concretizzazione delle strategie di ACEM in ambito ITS in due importanti attività:

- › la partecipazione dei principali costruttori 2 ruote (tra cui Piaggio) alla proposta progettuale I_HeERO, sul tema della chiamata di emergenza eCall, finanziata nel programma CEF (Connecting Europe Facilities);
- › il coinvolgimento diretto di Piaggio nei lavori della piattaforma C-ITS, promossa dalla Commissione Europea per la definizione dei requisiti minimi dei sistemi cooperativi di comunicazione veicolo-veicolo e veicolo-infrastruttura.





SODDISFAZIONE DELLE ESIGENZE DEI CLIENTI

Affidabilità e qualità dei prodotti	74
Dealer	78
Clienti	79
Vespa World Club	81
Moto Guzzi World Club	82



Affidabilità e qualità dei prodotti

Qualità e affidabilità sono concetti fondamentali quando si parla di scooter, moto e veicoli commerciali, in quanto sono caratteristiche determinanti, non solo per la soddisfazione del cliente ma anche per garantirne la sicurezza.

La *qualità* è l'insieme delle proprietà e delle caratteristiche di un prodotto o di un servizio che gli conferiscono la capacità di soddisfare esigenze espresse e implicite del cliente/fruitori⁹. Per prodotti manifatturieri tali esigenze comprendono generalmente la conformità alle specifiche, l'affidabilità, la facilità di utilizzo e di manutenzione.

L'*affidabilità* è l'attitudine di un oggetto ad adempiere alla funzione richiesta nelle condizioni fissate e per un periodo di tempo stabilito¹⁰.

Il perseguimento del miglioramento continuo della qualità dei propri sistemi produttivi e di quelli dei propri fornitori e un attento audit sulla qualità uscente, unito ad un efficace sistema di rintracciabilità dei prodotti e dei componenti, sono essenziali per garantire l'affidabilità dei veicoli Piaggio. Inoltre, il Gruppo si è dotato di funzioni dedicate, impegnate nel testare l'affidabilità di tutti i nuovi prodotti, dalle prime fasi di progettazione, alla commercializzazione. I test non si limitano alle prove di laboratorio, ma sono vere prove su strada, progettate in funzione del reale utilizzo dei veicoli da parte dei clienti Piaggio.

⁹ Definizione dalla norma UNI ISO 9000
¹⁰ Definizione dalla norma UNI ISO 8402

Certificazioni di qualità

In termini di qualità, il Gruppo Piaggio è attento ed impegnato al perseguimento del miglioramento continuo delle prestazioni dei processi ed alla soddisfazione dei propri clienti. L'ottenimento della certificazione ISO 9001:2008 Sistema di gestione per la qualità fin dal 1995 è parte della cultura comune dell'azienda e patrimonio di tutti i dipendenti del Gruppo. I risultati ottenuti in termini di affidabilità dei prodotti, miglioramento delle performance dei processi, incremento della soddisfazione dei clienti (interni ed esterni), nascono proprio dal fatto che i significati delle parole qualità, orientamento al cliente, miglioramento continuo ed eccellenza sono ben chiari a tutti i dipendenti e che questi sono i principi che loro stessi perseguono nelle attività quotidiane.

Oltre agli stabilimenti italiani, hanno conseguito la certificazione ISO 9001:2008 anche lo stabilimento vietnamita di Vinh Phuc ed in India, a Baramati, lo stabilimento motori e quello 2ruote.

Ispettorato forniture

La qualità dei prodotti Piaggio è funzione della qualità delle proprie forniture. Il Gruppo Piaggio esegue un'intensa attività di ispettorato al fine di selezionare e valutare i nuovi fornitori, sorvegliarne costantemente il livello di qualità e dare il benessere sui processi per lo sviluppo di nuovi componenti. Tali attività sono svolte attraverso visite programmate effettuate dall'ispettorato Piaggio.

I nuovi fornitori entrano a far parte del parco fornitori di Piaggio solo dopo una positiva valutazione del loro Sistema di Qualità e dell'organizzazione generale dell'azienda.

Le visite valutative, richieste dalla Direzione Acquisti, sono finalizzate a valutare il sistema di qualità di un fornitore potenziale e la sua capacità a realizzare il prodotto per il quale si è proposto o è stato selezionato.

Per i fornitori precedentemente valutati con esito positivo e già appartenenti al parco fornitori qualificati, sono eseguite inoltre verifiche:

- › in merito al processo di sviluppo di nuovi prodotti;
- › per risolvere le problematiche di fornitura rilevate durante la produzione di serie;
- › nel caso di segnalazioni avvenute nel periodo di garanzia del veicolo Piaggio.

Le visite sui nuovi prodotti sono pianificate per valutare la capacità del fornitore di implementare i processi per la realizzazione del nuovo prodotto e per offrirgli un supporto tecnico nella definizione e nel controllo degli stessi.

Le visite sui prodotti consolidati sono, invece, effettuate per risolvere problematiche specifiche emerse

durante la produzione, per verificare la capacità del fornitore di tenere sotto controllo i processi che concorrono alla realizzazione del prodotto e per monitorare periodicamente il miglioramento delle prestazioni in termini di disturbo¹¹ dei fornitori più critici.

Inoltre, le verifiche relativamente ai prodotti consolidati sono effettuate per risolvere problematiche emerse in garanzia e per verificare l'efficacia delle azioni correttive definite dai fornitori al fine di impedire il ripetersi delle non conformità.

*11_Reso, rilavorato,
selezionato, accettato in
deroga.*

Controllo di qualità dei prodotti finiti

Piaggio dispone di un accurato sistema per monitorare il livello qualitativo del prodotto finito, prima dell'invio al cliente. Le procedure, introdotte in tutti gli stabilimenti del Gruppo Piaggio, compresi quelli esteri, permettono di tenere costantemente monitorato il livello qualitativo di tutti i veicoli prodotti, assicurando elevati standard al cliente finale. Ogni veicolo prodotto negli stabilimenti del Gruppo Piaggio, infatti, è sottoposto ad un controllo di qualità alla fine della fase di montaggio. Inoltre, per un numero prestabilito di veicoli, sono effettuati controlli ed esami più approfonditi, in base al grado di maturità del prodotto. Tutte queste verifiche sono effettuate con procedure definite "in ottica cliente", ossia con controlli che monitorano le performance sia estetiche che funzionali del veicolo.

Giornalmente, sui prodotti finiti/deliberati, prima della spedizione al cliente finale, alcuni veicoli a campione sono prelevati e sottoposti ad una serie molto accurata di controlli e verifiche su banchi di collaudo e su strada, seguendo una check list standard. Le eventuali anomalie riscontrate sono classificate con un punteggio di demerito in funzione della gravità del difetto riscontrato e dell'impatto che potrebbero avere sul cliente finale.

Per ogni modello è disponibile, giornalmente e mensilmente, lo status qualitativo consuntivato confrontato con quello atteso. Inoltre, giornalmente, a seguito della compilazione della specifica reportistica, è tenuta una riunione alla quale partecipano le funzioni di Qualità, Produzione, Progettazione, Tecnologie ed altre Unità operative eventualmente interessate. Nel corso della riunione sono prese in esame tutte le anomalie rilevate il giorno precedente, in particolar modo, quelle corrispondenti a difetti funzionali. Ad ogni anomalia sono quindi associate le azioni correttive da mettere in atto, le relative responsabilità e le tempistiche per la risoluzione.

Nel caso in cui siano riscontrate gravi anomalie funzionali, le spedizioni di tutti i veicoli appartenenti al lotto in esame, insieme a un numero campione di veicoli del lotto precedente, sono immediatamente sospese. Tutti i veicoli sono quindi accuratamente ricontrrollati ed eventualmente riparati prima di autorizzarne la spedizione.

A fronte dei report prodotti a seguito dei controlli effettuati in tutti gli stabilimenti del Gruppo, è tenuta settimanalmente una riunione con la funzione Manufacturing per:

- › monitorare lo stato di avanzamento dei controlli;
- › monitorare il livello di difettosità per famiglia, linea e modello nei diversi stabilimenti rispetto agli obiettivi assegnati;
- › intraprendere in modo tempestivo eventuali azioni correttive.

I dati consuntivi mensili sono inseriti nel documento finale di sintesi per la Direzione Sviluppo e Strategie di Prodotto.

Rintracciabilità dei prodotti

La rintracciabilità è fondamentale al fine di prevenire la commercializzazione di prodotti difettosi, consentendo di individuare e circoscrivere in modo tempestivo lotti caratterizzati dalla presunta esistenza di non conformità e, quindi, rendendo possibili ed efficaci eventuali campagne di richiamo.

Per rendere possibile la rintracciabilità dei prodotti, Piaggio ha implementato un sistema che consente l'identificazione di prodotti, componenti e materiali in tutte le fasi del ciclo produttivo. In particolare, sono individuati tutti i componenti, sia di lavorazione interna sia di fornitura, che hanno diretta influenza sulla salute e sicurezza dell'utilizzatore, sull'ambiente e sulla rispondenza ai requisiti omologativi.

Il sistema permette quindi la rintracciabilità di tutti i componenti identificati, mantenendo nel tempo le

registrazioni di prove, controlli, collaudi, attestanti la qualità del prodotto. Questo consente nel caso si rilevino delle anomalie/difettosità sul prodotto, di risalire, in modo tempestivo, sistematico e guidato, alle loro cause e di attuare efficaci azioni correttive, identificando in modo capillare e mirato tutti i veicoli che presentano componenti appartenenti al lotto difettoso e, qualora fosse necessario, avviare una tempestiva campagna di richiamo a tutela del cliente.

Per garantire l'affidabilità dei propri veicoli, i primi test sono effettuati fin dalle fasi sperimentali di sviluppo dei prodotti, su prototipi e avanserie, con l'obiettivo di verificare, mediante prove, in laboratorio e su strada, la rispondenza del prodotto alle specifiche di progetto.

Nella prima di queste fasi vengono sottoposti a prove su strada (e non solo) veicoli assemblati con componenti prototipali, ricavati cioè sulla base di disegni non definitivi. Lo scopo di questa fase è verificare la fattibilità del progetto così come è stato concepito. Al termine di questa fase vengono definiti ed emessi i disegni dei componenti/sistemi veicolo.

Nella seconda fase, avanserie, i veicoli vengono assemblati con componenti costruiti sulla base dei disegni precedentemente descritti e tali veicoli, componenti e sistemi vengono sottoposti a prove di laboratorio e su strada che tendono a verificarne i limiti di esercizio in termini di caratteristiche e prestazioni.

Le prove su strada in questa fase sono essenzialmente di due tipi: prove di prestazione e prove di durata. Queste ultime sono effettuate sulla base di un profilo di missione di avanserie, che definisce il numero di chilometri e la tipologia dei percorsi su cui sarà testato il prodotto (percentuale tra percorso cittadino, extraurbano, misto, montagna). Normalmente i veicoli sono testati per percorrenze significative, dipendenti dalla cilindrata e dal grado di innovazione del veicolo. Tutti i test su strada sono effettuati da un team Piaggio di esperti collaudatori.

Nella fase di pre-serie vengono assemblati veicoli mediante componenti costruiti sulla base di disegni definitivi che sono fabbricati dai fornitori esterni precedentemente definiti (gli stessi che poi approvvigioneranno i pezzi per la produzione di serie). Lo scopo di questa fase è verificare la bontà del processo di produzione che di lì a poco andrà ad iniziare. I veicoli sono sottoposti ad ulteriori prove in laboratorio e ad approfonditi test su strada. In funzione della tipologia di veicoli e sulla base dell'esperienza maturata in fase di avanserie e su altri veicoli di riferimento, è tracciato il profilo di missione di affidabilità, che può anche differire da quello precedentemente usato in avanserie, vista la diversa finalità delle rispettive prove.

I test infatti sono effettuati in ottica "cliente", prendendo in considerazione il reale utilizzo del veicolo: dalle operazioni compiute dai concessionari prima della vendita, ai reali percorsi che effettuerà il cliente stesso, alle manutenzioni previste dal manuale uso e manutenzione. Per esempio uno scooter da 50cc è testato prevalentemente su percorsi cittadini, una moto su percorsi extraurbani e misti, mentre per i veicoli commerciali i test sono effettuati oltre che a veicolo vuoto, con carico e passeggeri.

Durante lo svolgimento della prova il veicolo è smontato e controllato, al fine di rilevare eventuali anomalie e richiedere conseguentemente gli opportuni miglioramenti.

A fine prova, nel caso di test su veicolo avente motore con alto grado d'innovazione o che abbia dato qualsiasi segnale di allarme durante i test su strada, lo stesso motore è testato nuovamente al banco prova, per poi essere completamente smontato per controllarne le usure o eventuali criticità.

I collaudatori esprimono giudizi sul veicolo in ogni fase dei test, considerando, oltre alle prestazioni in termini di sicurezza, il confort e la guidabilità dei veicoli. Inoltre, il gruppo di lavoro dell'affidabilità¹² si riunisce una volta a settimana, per compilare e discutere un apposito report, nel quale sono riepilogati gli eventuali difetti riscontrati, le analisi effettuate e i provvedimenti adottati al fine di risolvere gli eventuali problemi.

12_Composto dal gestore di prodotto del laboratorio affidabilità, dal capo progetto veicolo/motore, test engineering veicolo/motore e dai responsabili della qualità di prodotto veicolo/motore.

Ad ogni difetto riscontrato è attribuito un punteggio di demerito sulla base della tipologia (estetica o funzionale) e dell'entità del difetto stesso (da minimi difetti non visibili dal cliente a gravi difetti che possono avere impatti sull'integrità del veicolo e la sicurezza del suo guidatore). Ogni singola problematica è quindi presa in carico da un responsabile per la sua risoluzione. Per ottenere il benessere dal team di affidabilità i punti di demerito residui di ogni veicolo non devono superare una soglia prestabilita e comunque non sono tollerabili difetti con impatti negativi sulla funzionalità del veicolo.

Una volta completata la sopra descritta prova di affidabilità con risultati ritenuti soddisfacenti, può iniziare la produzione della serie pilota. Parte quindi un'ulteriore fase di test: una flotta, composta da un numero significativo di veicoli del lotto pilota (300-500) è sottoposta a test su strada volti ad individuare problematiche legate alle fasi produttive. In questa fase sono effettuate prove a chilometraggi più bassi e i percorsi sono ancor più mirati al profilo del cliente.

Tre tra questi veicoli continuano i test di percorrenza e sono sottoposti a prove specifiche secondo la legislazione multidirettiva, che regola le omologazioni dei veicoli.

Dopo 3-6 mesi dalla commercializzazione del nuovo prodotto, sono effettuate le verifiche di post-audit: alcuni veicoli sono prelevati casualmente dal magazzino e testati, simulando un uso del tutto simile, anche in condizioni di veicolo fermo, a quello del cliente.

Nel caso di problematiche riscontrate sulla rete di vendita sono effettuate diagnosi sui veicoli o motori che hanno riportato l'inconveniente, al fine di individuarne le cause e fornire gli elementi per intraprendere le opportune azioni correttive, se necessario.

Il 2,5% dei veicoli che escono dalle linee di produzione viene sottoposto a controllo dalla struttura Qualità ed auditing di prodotto.

È infine previsto, una volta all'anno, un audit su tutte le tipologie di veicoli e motori e su un veicolo per famiglia sono eseguite le prove previste dalla multidirettiva.

Informazioni sui prodotti

Il Gruppo Piaggio, per il tipo di attività che svolge, è soggetto a numerose normative nazionali e internazionali che disciplinano l'informativa dei propri prodotti, sia nell'ambito della comunicazione pubblicitaria, sia nell'ambito della manualistica correlata ad ogni singolo veicolo. I cosiddetti LUM ("Libretti d'Uso e Manutenzione") di Piaggio contengono informazioni circa il corretto utilizzo del veicolo, promuovendo nei conducenti comportamenti di guida sicura e responsabile, quali ad esempio:

- › rispettare sempre i limiti di velocità ed il codice della strada;
- › dotarsi di tutte le precauzioni per una guida sicura e dei sistemi di sicurezza passiva (come ad esempio il casco nel caso di cicli e motocicli);
- › mantenere sempre la massima prudenza ed attenzione alla guida, soprattutto in condizioni di asfalto bagnato o sdruciolevole;
- › non effettuare elaborazioni delle prestazioni del veicoli, che sono vietate per legge e pericolose per la sicurezza di guida.

Dealer

Impegno	Obiettivi 2014	Risultati 2014	Obiettivi 2015	Obiettivi a medio termine
Migliorare ed innovare gli strumenti di supporto alla gestione della relazione sancita dal contratto di concessione.	<ul style="list-style-type: none">Introduzione del Portale Dealer presso la rete e completamento introduzione del Dealer Business Service nei mercati restanti.Ottimizzazione dei processi di gestione della relazione con la rete di vendita.	<ul style="list-style-type: none">Introdotta il nuovo Dealer Portal nel mercato Italia.Completata l'introduzione del Dealer Business Service in tutti i mercati europei.Miglioramento continuo della gestione dei processi di relazione con la rete di vendita.	<ul style="list-style-type: none">Completamento introduzione del Dealer Portal nei principali mercati europei.Miglioramento continuo della gestione dei processi di relazione con la rete.	<ul style="list-style-type: none">Miglioramento del livello di servizio offerto ai dealer e ai clienti finali.Miglioramento della customer experience dei clienti presso il punto vendita e fidelizzazione del cliente stesso.

Garantire l'accesso ai prodotti del Gruppo al maggior numero di persone, soddisfare le loro esigenze di mobilità e di sicurezza, assicurare efficienza e innovazione: sono queste le azioni su cui il Gruppo fa perno per gestire un servizio sempre più orientato al cliente e alla sua soddisfazione.

La rete commerciale rappresenta una delle leve fondamentali per creare un rapporto con il cliente che sia duraturo e improntato sulla fiducia, uniformando i propri comportamenti a correttezza negoziale, trasparenza nei rapporti e negli impegni contrattuali, cortesia e collaborazione, nella logica della centralità del cliente e nel pieno rispetto anche da parte dei concessionari dei principi stabiliti dalle procedure aziendali, dal Codice Etico e le Linee di Condotta di Piaggio pubblicati sul sito internet www.piaggiogroup.com.

L'impegno principale consiste nel presidio della qualità della distribuzione, per garantire affidabilità, trasparenza e continuità del servizio in tutto il ciclo vita del cliente. In questo l'innovazione rappresenta una delle leve chiave, traducendosi nell'ottimizzazione delle attività operative ma soprattutto nell'attivazione di nuovi servizi per i concessionari appartenenti alla rete di vendita e per i clienti finali resi possibili dalle innovazioni tecnologiche e da una revisione continua dei processi di relazione con orientamento alla semplificazione e alla trasparenza.

I concessionari e il loro personale rappresentano il principale canale comunicativo per la gestione dei clienti a cui si affianca l'attività del Servizio Clienti del Gruppo.

La qualità del prodotto e in generale il servizio offerto al cliente sono delle priorità aziendali assolute. Per questo motivo la capillarità e la competenza del servizio offerto dalla rete di vendita e di assistenza del Gruppo è fondamentale nella gestione tempestiva ed efficace di qualsiasi inconveniente per il cliente finale.

La partnership fa perno su alcuni strumenti e attività volte a rendere più efficiente la comunicazione con i concessionari ed ad aumentarne la competenza, quali la formazione della rete di vendita, sia tecnica che commerciale, e l'utilizzo di strumenti specifici come il Dealer Portal e il Piaggio Business Service.

Dealer Portal

Il Dealer Portal rafforza la relazione interpersonale tra azienda e concessionario, garantendone una continuità che va oltre la presenza fisica o telefonica dell'interlocutore.

Il contesto sempre più competitivo nel quale operiamo richiede di rinnovare sistemi e metodi di coinvolgimento della rete attraverso l'innovazione degli strumenti condivisi di lavoro. Ciò significa, avere la capacità di ascoltare il partner, conoscerne le criticità e risolverle. Per questo il Gruppo ha investito per rendere più moderno e orientato al reciproco scambio di informazioni il canale di comunicazione rappresentato dal Dealer Portal.

Il Dealer Portal è la porta d'ingresso alle applicazioni, informazioni e documenti tecnici e commerciali, utili per gestire il rapporto con il mercato, secondo standard e criteri condivisi in tempo reale. L'accesso è personalizzato in funzione del profilo assegnato al concessionario dal contratto di concessione. In particolare il Dealer Portal permette al concessionario di:

- › informarsi sulle promozioni e gli strumenti di vendita dei prodotti;
- › accedere in tempo reale alla documentazione tecnica, commerciale e amministrativa;
- › conoscere e formare il personale sulle modalità di manutenzione dei prodotti e di gestione della clientela;
- › condividere le informazioni istituzionali, i comunicati stampa, le attività in corso.

Dealer Business Service

Il Dealer Business Service consente di dare assistenza quotidiana al dealer per gestire al meglio il servizio al cliente finale: dall'ordine del veicolo, alle informazioni sulla consegna fino alla gestione della garanzia dei prodotti e in generale degli interventi in assistenza. Il servizio si basa su una serie di piattaforme specializzate per tema, quali logistica, vendita veicoli, ricambi e accessori e service. Inoltre si avvale di uno spazio virtuale on-line di Help Desk, operativo per tutti i principali mercati europei: Italia, Francia, Spagna, Germania, Gran Bretagna, Benelux, nonché USA, Vietnam e Indonesia.

Queste piattaforme, oltre a consentire una gestione degli standard di servizio nei confronti dei concessionari in coerenza con gli accordi contrattuali, consentono di individuare le iniziative necessarie a rendere maggiormente efficace l'attività di formazione, documentazione ed informazione disponibile.

Dealer meeting e formazione

A questi strumenti nel corso dell'anno sono affiancate altre attività, come ad esempio le dealer convention locali, i workshop su argomenti specifici, i test pilota su panel di concessionari per i nuovi progetti e la formazione sia commerciale che tecnica. Tutti hanno lo scopo di assicurare che le attività e le iniziative intraprese dal Gruppo e dai concessionari possano tradursi in modalità di gestione della clientela in grado di creare customer loyalty e aumentare la reputazione del Gruppo sul mercato.

Il Gruppo inoltre promuove tecniche di vendita responsabile, improntate sulla trasparenza, completezza e conformità delle informazioni fornite al cliente in tutte le fasi di gestione della relazione.

Clienti

Le leve di sviluppo di un rapporto fiduciario e duraturo con la clientela trovano nelle iniziative di Customer Opinion Survey e nel Servizio Clienti gli strumenti più adeguati di ascolto dei clienti. Un ascolto finalizzato ad orientare tutta l'organizzazione per assicurare che innovazione, storia e tradizione del Gruppo si concretizzino nella soddisfazione delle aspettative della clientela.

Il Gruppo innova continuamente i propri strumenti di gestione del rapporto con i clienti che si affiancano all'Executive Dashboard, creati per condividere nell'organizzazione gli standard di qualità e di servizio nella gestione dei propri processi commerciali (front end aziendale).

Ascoltare i clienti, portarne le esigenze all'interno dell'organizzazione aziendale e orientarla al soddisfacimento delle stesse è il ruolo della funzione "Customer experience".

Customer Experience

Piaggio ha realizzato e consolidato nel tempo una piattaforma di ascolto della clientela, operativa nei principali mercati in cui si commercializzano i prodotti del Gruppo, al fine di comprenderne l'evoluzione delle aspettative e valutarne la propria efficacia, ossia, misurare la Brand Reputation e la Customer Loyalty.

I principali aspetti oggetto di studio e monitoraggio, anche attraverso il confronto con i risultati dei migliori concorrenti, sono:

- › le motivazioni di scelta di un brand e le features fondamentali di prodotti e servizi;
- › l'adeguatezza delle strutture commerciali e di assistenza rispetto agli specifici bisogni;
- › la Brand Awareness e la Loyalty.

Nel 2014 in Europa sono state confermate le metodologie di ricerca e di analisi già avviate negli anni precedenti per la misurazione della product experience: interviste telefoniche sui nuovi prodotti (Vespa Primavera, Vespa GTS ABS, MP3 e V7) ed indagini web sulla gamma consolidata.

Oltre a riconfermare come elementi chiave per la fidelizzazione dei clienti i temi legati all'affidabilità ed alla qualità percepita dei prodotti, le segnalazioni sono state utilizzate anche per offrire alle strutture di innovazione e di sviluppo prodotto informazioni complementari a quelle provenienti dalle difettosità in garanzia e dalle prove tecniche e collaudi.

E' stata inoltre introdotta la misurazione della customer experience nel mercato USA in via sperimentale, per il business scooter, mediante ricerca web customizzata ed interamente gestita da personale Piaggio. Per quanto riguarda il mercato Vietnamita, le consuete ricerche telefoniche di product and service experience sono state affiancate da "welcome call" realizzate da personale di Piaggio Vietnam dopo pochi giorni dall'acquisto sul 100% della clientela, per valutare l'efficacia della rete commerciale nel trasferire al cliente finale i valori del Brand.

Inoltre è stata avviata una ricerca specifica in Europa (Italia, Francia, Germania ed UK) ed in Vietnam per monitorare l'intero processo decisionale che porta all'acquisto di un veicolo a due ruote. In particolare, l'obiettivo è quello di capire, nei diversi paesi, le attitudini di acquisto, i principali touch points che influenzano la scelta, le motivazioni di acquisto e la percezione dei vari brand operanti sul mercato a livello di Business Moto e Scooter. I risultati di questa ricerca saranno disponibili entro il primo bimestre 2015 e consentiranno di indirizzare le azioni strategiche e tattiche di marketing.

In totale, in tutto il mondo, sono stati contattati nel 2014 circa 62.000 possessori di veicoli a 2 ruote.

Tutte le informazioni relative alla customer experience, sono visualizzate e gestite all'interno di un portale, "Let's Keep in touch with our customers" e rappresentate tramite semplici dashboard, aggiornati in tempo reale, che consentono di monitorare l'opinione ed i feedback della clientela. Il portale, contenente i risultati degli ultimi 4 anni, consente anche di realizzare analisi di trend.

All'interno del portale vi è un' apposita sessione dedicata al download della documentazione relativa alla customer experience, nonché una sezione di "web discussion" nella quale si possono condividere idee, spunti e raccogliere punti di vista.

Home page del portale dedicato alla Customer Experience



La piattaforma, condivisa con tutti gli attori interni all'azienda, consente di cogliere la percezione del valore delle innovazioni introdotte, non solo a livello di prodotto, ma anche di servizio.

La piattaforma di ascolto della clientela è sempre affiancata da progetti specifici concernenti i prodotti e/o iniziative promozionali (test ride, eventi, ecc). Queste iniziative sono normalmente dedicate ad avvicinare il cliente alle nuove tecnologie pensate per il risparmio energetico, la sicurezza e la riduzione degli elementi inquinanti, che richiedono azioni d'informazione ed educazione all'uso del prodotto.

	Dimensioni di analisi		
	Brand	Prodotto	Servizio
Net Promoter Score Index	X		X
Loyalty – Intenzione di riacquisto	X		X
Customer Satisfaction Score		X	X
Livello di soddisfazione per aspetti specifici e loro rilevanza		X	X
Tasso di difettosità percepita dal cliente		X	
Livello di gravità del difetto		X	

Tipologie di indicatori utilizzati da Piaggio per monitorare la *Customer Experience*

Web Presence

E' stata realizzata un'analisi di Web Monitoring per valutare la percezione del brand Vespa e dei relativi prodotti su questo canale in Vietnam. I commenti spontanei degli utenti web analizzati sono serviti per capire e continuare a migliorare il prodotto e i relativi servizi dedicati al cliente.

Da novembre 2014 inoltre si è rafforzata la presenza ufficiale dei principali Brands del Gruppo sui social media iniziando una quotidiana attività di posting di contenuti e di dialogo con i fans su Facebook, Twitter, Instagram e Pinterest.

Servizio Clienti

Il servizio clienti, insieme alla rete dealer, rappresenta il più importante canale di rapporto con la clientela.

Il Contact Center di Gruppo opera in ambiente multicanale, per target di contatti e clienti e si avvale di uno spazio virtuale on-line, gestito su piattaforma SAP CRM, operativa per tutti i principali mercati europei - Italia, Francia, Spagna, Germania, Benelux e Gran Bretagna - così come in USA, Indonesia e Vietnam. In India viene utilizzato un altro strumento gestionale appositamente sviluppato per questo mercato.

Nel 2014 i contatti gestiti sono stati oltre 66.200 in Europa e oltre 4.300 in USA, Vietnam ed Indonesia; il 19% delle richieste riguardano problemi riscontrati nei prodotti e/o servizi.

I livelli di servizio del Gruppo nei principali mercati sono allineati agli standard di eccellenza del settore: l'87% delle chiamate è infatti gestito entro trenta secondi e i tempi medi di soluzione delle richieste sono di poco superiori alle ventiquattro ore.

Le piattaforme sono tutte caratterizzate da una omogeneità di gestione delle segnalazioni dei clienti che permette di definire standard di risposta a livello di Gruppo ed al tempo stesso permette di gestire in tempo reale tutti i mercati e le funzioni coinvolte nella gestione del cliente.

Vespa World Club

Vespa, dal 1946 ha richiamato l'attenzione dei suoi utilizzatori che, prima spontaneamente, poi, organizzati e coadiuvati dalla Casa Madre, hanno iniziato a gettare le basi dell'associazionismo Vespistico che ancora permane. Il trend delle partecipazioni ed il numero dei Vespa Club sia nel mondo che in Italia è in continua crescita.

Nel 2006, su iniziativa del Gruppo Piaggio e della Fondazione Piaggio è nato il Vespa World Club (VWC), un'Associazione senza fini di lucro, creata per seguire direttamente la gestione dei Vespa Club al fine di preservare il parco circolante delle Vespa antiche ancora in circolazione, supportare i collezionisti nella ricerca e nel restauro dei veicoli d'epoca ed organizzare in Europa e nel mondo raduni turistici e gare appassionanti, garantendo al Vespista un elevato standard qualitativo dell'evento.

In particolare il Vespa World Club si propone di:

- › promuovere le iniziative di coordinamento delle attività sociali, turistiche, sportive ed agonistiche;
- › costituire organi rappresentativi dei Vespa Clubs Nazionali presso tutte le sedi ed organizzazioni sia nazionali che internazionali;

- › organizzare trofei, raduni, concorsi, manifestazioni, esposizioni, mostre, congressi, convegni e riunioni;
- › curare e tutelare gli interessi degli associati;
- › promuovere e realizzare didattiche per la sicurezza, l'educazione, il comportamento nella circolazione stradale;
- › promuovere studi e ricerche storiche relativi ai rapporti tra la Vespa e il territorio;
- › coadiuvare l'interazione tra Azienda e appassionati.

Attività 2014

Nel corso del 2014 è cresciuto il numero di Vespa Club aderenti al Vespa World Club con l'ingresso di Paesi come Israele, Giordania, Perù, Slovenia.

Nel 2014, il VWC ha organizzato i seguenti eventi:

- › **Vespa World Days** (raduno turistico mondiale) a Mantova, con più di 4.000 iscritti e la partecipazione di circa 10.000 Vespa e numerosi altri partecipanti non registrati. L'evento si è tenuto dal 12 al 15 giugno 2014, in concomitanza con l'apertura di Motoplex;
- › Trofeo Turistico **Vespa Trophy** che, come consuetudine, ha richiesto il supporto di tutta la rete di vendita dei Dealer europei che si sono prestati a certificare il numero dei Vespisti dei vari team di Vespa Club partecipanti, attestandone il passaggio dal punto vendita;
- › **Campionato Europeo di Vespa Rally** che quest'anno si è disputato su 4 tappe: Pinerolo il 19/20 luglio, Colonia (Ger) 23/24 agosto, Steiermark (Aut) 5/6/7 settembre, per poi chiudersi a Pontedera, 24/25/26 ottobre;
- › **500 chilometri vespistica - Campionato Europeo Vespa Raid** appuntamento con cadenza biennale per le prove di Gran Fondo, e dove il Vespa World Club ha supportato l'organizzazione del Vespa Club Milano. I 200 Vespisti partecipanti hanno preso parte ad una prova di regolarità da Milano a La Spezia;
- › raduno del **Registro Storico Internazionale Vespa** svoltosi in Italia;
- › **EUROAPE**, raduno turistico dedicato all'Ape Piaggio, svoltosi a novembre presso il Castello di Pavone, in Piemonte in collaborazione con l'Ape Club Italia.

Programmazione 2015

I Vespa World Days si terranno a Biograd na Moru (Croazia), con iscrizioni già aperte sul sito del Vespa World Club.

Si stanno vagliando le candidature per poter svolgere il Campionato europeo di Vespa Rally, del quale sono già state fissate le due tappe italiane, a Jesolo e presso il Lago di Bolsena.

E' in programma la 12' edizione della 1000km Vespistica, organizzata dal Vespa Club di Mantova, che si terrà dal 26 al 28 Giugno.

Il Raduno del Registro Storico si svolgerà in Belgio, per la prima volta fuori dall'Italia.

Sono inoltre iniziati i contatti con la filiale tedesca per portare EuroApe 2015 nella regione dei laghi a sud di Monaco.

Moto Guzzi World Club

Il Moto Guzzi World Club è stato costituito nel 2002 con la finalità di:

- › promuovere l'interesse, la conoscenza e la salvaguardia del valore storico del marchio Moto Guzzi e delle motociclette da essa prodotte;
- › creare e sviluppare legami tra i proprietari delle motociclette Moto Guzzi;
- › organizzare manifestazioni, riunioni, conferenze, competizioni;
- › diffondere il mototurismo nazionale e internazionale, valorizzando e riscoprendo itinerari turistici locali grazie alle attività svolte e agli interscambi di informazioni tra gli associati;
- › creare e sviluppare legami con organizzazioni no-profit o altre associazioni sportive e non, senza scopo di lucro, che svolgono attività sociali, umanitarie, di tutela dell'ambiente, ecc., che possano essere aiutate grazie ad iniziative promosse dall'Associazione nel settore motociclistico od in altri settori;

- › L'Associazione ha altresì lo scopo di sviluppare i rapporti con la casa Madre e di coordinare l'attività propria e dei soci con quelle di altri club di marca nazionali ed internazionali.

Oggi, dopo 12 anni di attività il Moto Guzzi World Club, oltre ai soci iscritti direttamente ed a 82 club riconosciuti in Italia, conta su:

- › 6 club riconosciuti tra America, Asia, Australia che rappresentano circa 7.500 iscritti;
- › 20 club riconosciuti in Europa che rappresentano circa 5.000 iscritti.

Attività 2014

Nel corso del 2014 il Moto Guzzi World Club ha:

- › organizzato due raduni di cui uno nazionale in Versilia e l'altro, internazionale, a Port Valais (Svizzera);
- › curato alcuni eventi mirati per prodotto (California Day , V7 Day);
- › sostenuto diversi raduni organizzati dai club riconosciuti;
- › promosso e sviluppato il "Trofeo Moto Guzzi", gara di regolarità in sicurezza, su 6 circuiti italiani (Varano dè Melegari, Adria, Magione, Franciacorta, Vallelunga, Misano) e dedicata alle moto d'epoca;
- › offerto supporto organizzativo e logistico agli ideatori dell'Aprilia Cup, competizione creata sulla falsariga del Trofeo Moto Guzzi, nelle stesse date.

Si è inoltre svolto in Grecia il raduno dell' "Area Mediterranea" in cui si raggruppano i club Guzzi di Grecia, Malta e Albania con il Moto Club Aquile dell'Etna, Moto Guzzi Club Aquile e Rose di Calitri e Moto Guzzi Club di Leuca.

Quest'ultimo club ha chiuso il calendario degli eventi ufficiali con la "Guzziata di Natale" (19-21 Dicembre) toccando varie località in Salento.







SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Siti produttivi	89
Certificazioni ambientali	91
Riduzione dei consumi energetici	91
Riduzione delle emissioni di CO ₂ ed altri inquinanti	93
Conservazione delle risorse idriche	94
Gestione e recupero dei rifiuti	95
Biodiversità	96
Spese e investimenti per l'ambiente	96
Logistica	99



“Trattiamo bene la terra su cui viviamo: essa non ci è stata donata dai nostri padri, ma ci è stata prestata dai nostri figli”.

Proverbio Masai

Impegno	Obiettivi 2014	Risultati 2014	Obiettivi 2015	Obiettivi a medio termine
Tutela dell'ambiente: › riduzione delle emissioni inquinanti › conservazione delle risorse naturali.	› Stabilimento di Mandello: intervento di bonifica area fabb.D.	Progetto avviato in corso di realizzazione.	› Stabilimento di Mandello: › completamento bonifica area fabb.D.	› Valutazione / applicazione nuove tecnologie a minor impatto ambientale (ad esempio modifiche nel ciclo di verniciatura).
	› Stabilimento Pontedera: Completamento bonifica eternit fabb.25.	Bonifica avviata nell'anno 2014. Previsto completamento nell'anno 2015.	› Stabilimento Pontedera: A partire dal 2015, avvio smantellamento delle coperture in eternit di alcuni fabbricati (a partire da quelli non incapsulati). Nello specifico sono stati approvati gli smantellamenti delle coperture dei Fabbricati 35, 52, 57.	› Ristrutturazione stabilimento Mandello del Lario in funzione di una gestione industriale virtuosa. › Separazione definitiva della rete fognaria interna a servizio dello stabilimento di Pontedera tramite realizzazione di nuova rete fognaria dedicata ai reflui di verniciatura industriale.
	Smantellamento porzioni di impianto in aree nel reparto 2R Verniciatura.	Smantellamento effettuato come da programmi.		
	Installazione sistemi di monitoraggio in continuo inquinanti su 3 camini del reparto verniciatura 2R.	Sistemi installati.	Realizzazione nuovo impianto di verniciatura 2R (vedasi box descrittivo). Attivazione sistema di monitoraggio in continuo (Pontedera). Stabilimento Baramati: ai fini della riduzione dei consumi energetici: introduzione di sistemi di recupero del calore; Installazione di lampade a LED.	› Riduzione delle superfici di copertura in eternit (vari Stabilimenti in Italia). Per lo stabilimento di Pontedera, previsione smantellamento del 100% delle coperture non incapsulate entro il 2017. › Stabilimento Pontedera: messa in esercizio nuovo impianto di verniciatura 2R prevista per primavera 2016.

La sostenibilità ambientale, al pari dell'innovazione tecnologica e della soddisfazione del cliente è uno dei valori fondanti su cui poggia l'azione di Piaggio nelle varie realtà geografiche nelle quali opera.

Piaggio persegue la minimizzazione dell'impatto ambientale della attività industriale attraverso una attenta definizione del ciclo tecnologico di trasformazione e l'utilizzo delle migliori tecnologie e dei più moderni metodi di produzione. Il perseguimento di questi obiettivi di ecocompatibilità genera un percorso di miglioramento continuo della performance ambientale.

Questo impegno, statuito dal proprio Codice Etico¹³ ed enunciato dal vertice aziendale nella "politica ambientale" del Gruppo che è alla base dei percorsi di certificazione ambientale (ISO 14001:2004) già intrapresi e mantenuti nei vari siti produttivi, è comunque punto di riferimento imprescindibile per tutte le realtà aziendali ovunque chiamate ad operare.

Nei paragrafi seguenti è dato riscontro quantitativo dell'impegno del Gruppo nella mitigazione degli impatti ambientali derivanti dallo svolgimento della propria attività. I dati presentati sono relativi all'intero Gruppo, fatta eccezione delle sedi commerciali i cui consumi di risorse, le emissioni in atmosfera, gli scarichi e la produzione di rifiuti riguardano prevalentemente attività d'ufficio. Essendo stato valutato come marginale il loro contributo ai dati di Gruppo, queste non sono incluse nelle tabelle di seguito riportate.

Il Gruppo Piaggio, che ha realizzato l'ampliamento di alcuni siti produttivi (descritti con maggior dettaglio nel successivo paragrafo) oltre ad una forte crescita della produttività, continua a perseguire una politica ambientale finalizzata alla razionalizzazione dei consumi delle risorse naturali e alla minimizzazione delle emissioni nocive e dei rifiuti risultanti dalle proprie attività produttive. A fronte di tali intenti, le iniziative realizzate e gli obiettivi per il futuro si concentrano sui seguenti ambiti:

- › mantenimento delle certificazioni ambientali per tutti gli stabilimenti;
- › riduzione dei consumi energetici;
- › riduzione delle emissioni CO₂ ed altri inquinanti;
- › conservazione delle risorse idriche;
- › gestione e recupero dei rifiuti;
- › contaminazione del suolo;
- › biodiversità;
- › spese e investimenti per l'ambiente;
- › logistica.

Siti produttivi

Il Gruppo Piaggio è caratterizzato da una forte presenza internazionale.

Presso la sede italiana di Pontedera (in provincia di Pisa), il Gruppo ha in essere tre stabilimenti, di cui uno dedicato alla produzione di veicoli commerciali, uno dedicato alla produzione di scooter e motori per i veicoli due ruote e uno adibito alla fornitura di componenti in alluminio e acciaio per veicoli e motori. A questi ultimi, che costituiscono il più importante complesso industriale del settore due ruote europeo, si affiancano per la produzione europea altri due stabilimenti in Italia (Scorzè e Mandello del Lario). Si ricorda che il polo produttivo spagnolo di Martorelles è stato chiuso nel febbraio 2013 e che la produzione di veicoli con marchio Derbi è stata spostata in Italia.

Il Gruppo è inoltre presente con propri stabilimenti produttivi in Vietnam (a Vinh Phuc), con uno stabilimento dedicato alla produzione di veicoli a due ruote, e uno dedicato alla produzione di motori 3V, e in India (a Baramati, nello stato del Maharashtra) con un sito dedicato alla produzione di veicoli commerciali e motori, cui si affianca lo stabilimento produttivo di veicoli Vespa rivolti al mercato indiano.

13_ Codice Etico -
 Articolo 7: "Fermo restando il rispetto della specifica normativa applicabile, la società ha riguardo alle problematiche ambientali nella determinazione delle proprie scelte anche adottando, dove operativamente ed economicamente possibile e compatibile, tecnologie e metodi di produzione eco-compatibili, con lo scopo di ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività."

Veicoli prodotti

Unità	EMEA e Americas				India	Asia Pacific	Totale
	Pontedera	Noale e Scorze ¹	Mandello Del Lario	Martorelles	Baramati 2-3-4W	Vinh Phuc	
2014	144.883	25.747	6.793	0	232.725	103.532	513.680
2013	143.935	23.431	7.528	2.255	237.408	106.720	521.277
Delta 2014-2013	0,66%	9,88%	-9,76%	-100,00%	-1,97%	-2,99%	-1,46%
2012	180.726	31.272	6.876	9.384	227.654	103.520	559.432

Motori prodotti

Unità	EMEA e Americas		India	Asia Pacific	Totale
	Pontedera	Baramati	Vinh Phuc		
2014	142.471	52.271	94.572	289.314	
2013	137.588	59.525	93.313	290.426	
Delta 2014-2013	3,55%	-12,19%	1,35%	-0,38%	
2012	174.981	27.757	19.070	221.808	

Il Gruppo Piaggio ha definito una specifica struttura organizzativa preposta al perseguimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale dei propri siti produttivi.

Per i siti ubicati in Italia, le responsabilità ed i ruoli del Sistema di Gestione Ambientale (SGA) con le Unità Organizzative / Funzioni coinvolte sono riportate nel Manuale dei Sistemi di Gestione Qualità, Ambiente, Salute e Sicurezza sul Lavoro.

La struttura organizzativa ambientale dei siti italiani del Gruppo Piaggio

Sistema di Gestione Ambientale	
Rappresentante della Direzione	Responsabile Personale Organizzazione e Sistemi di Qualità
Responsabile del Sistema di Gestione	Responsabile U.O. Impianti Generali
Coordinamento e controllo	Responsabile Ambientale
Audit	Process Auditor (Auditor Interno)

Il Responsabile del Sistema di Gestione Ambientale riferisce al Rappresentante della Direzione (Responsabile Personale Organizzazione e Sistemi di Qualità) sulle prestazioni del Sistema di Gestione e su ogni esigenza di miglioramento. Il Responsabile del Sistema di Gestione Ambientale, individuato nel Responsabile di Impianti Generali, ha una procura notarile per l'attuazione degli adempimenti in materia, mentre i Responsabili Ambientali sono individuati dal Responsabile del Sistema di Gestione Ambientale e da questi nominati dopo aver ottenuto il parere favorevole del Responsabile della Direzione di appartenenza del nominato.

Le consociate in Vietnam ed in India (PVPL) hanno team EHS (Environment Health and Safety) dedicati a tempo pieno ad ambiente, salute e sicurezza, con ruoli e responsabilità ben definiti. Il team EHS di Piaggio Vietnam è guidato dal Responsabile di Tecnologia e Manutenzione che riporta al Direttore delle Operazioni ed è prevista una risorsa a tempo pieno per la gestione delle tematiche ambientali. Il team ambientale di PVPL, formato da dirigenti, ingegneri e operatori, è all'interno della funzione Manutenzioni e riporta al Direttore delle Operazioni.

Certificazioni ambientali

La certificazione ISO 14001 è un utile strumento che consente a Piaggio di gestire in modo coordinato tra le diverse sedi del Gruppo i processi, permettendo, attraverso un approccio strutturato, la definizione degli obiettivi ambientali e l'individuazione dei rischi e delle opportunità di miglioramento, assicurando il rispetto di tutti i requisiti normativi rilevanti per l'ambiente, riducendo i costi legati ai consumi energetici, alla gestione dei rifiuti e delle materie prime, avviando un processo di miglioramento continuo della performance ambientale.

A dicembre 2013 gli impianti produttivi di Pontedera, Noale e Scorzè, Mandello del Lario hanno ottenuto il rinnovo dei certificati ISO 14001:2004 per il Sistema di gestione ambientale fino al dicembre 2016. Nel mese di novembre 2014 inoltre si sono svolte, e concluse con esito positivo, le verifiche effettuate dalla Società di Certificazione Det Norske Veritas (DNV)¹⁾ al fine di poter confermare per Pontedera, Noale-Scorzè e Mandello del Lario, le tre certificazioni per la **Qualità** (ISO 9001), per l'**Ambiente** (ISO 14001) e per la **Salute e Sicurezza** (BS OHSAS 18001). Di particolare impatto sulla attività di certificazione sono stati:

- › il trasferimento dello Stabilimento Meccanica 01 all'interno del sito di produzione di Pontedera, che ha richiesto la completa integrazione del nuovo stabilimento agli standard aziendali di Piaggio per quanto attiene al sistema di gestione ambientale;
- › l'estensione della certificazione al magazzino di Quinto di Treviso.

L'esito è stato positivo, senza che siano state riscontrate "Non Conformità".

Il Gruppo Piaggio dispone della certificazione per l'**Ambiente** (ISO 14001) anche per lo stabilimento vietnamita di Vinh Phuc e per quello indiano dedicato alla produzione della Vespa che lo ha ottenuto a settembre 2013.

Riduzione dei consumi energetici

Sebbene la struttura dei siti produttivi del Gruppo sia stata progettata sulla base di fonti di sostentamento che utilizzano energia da fonti di origine fossile, Piaggio tende comunque ad ottimizzare la gestione degli impianti esistenti per ottenere riduzioni dei consumi. In particolare, in fase di riassetto di impianti o di loro ristrutturazione le tecnologie effettuano valutazioni e studi per introdurre macchinari e metodologie che minimizzino l'impatto ambientale. Inoltre mensilmente vengono preparati report dei consumi che consentono di monitorare con attenzione i consumi, consentendone così una gestione attenta.

Nel 2014 a Pontedera è stato avviato un deciso percorso di ricerca e riduzione degli sprechi energetici così come di individuazione, messa a punto ed implementazione di ristrutturazioni impiantistiche al fine di aumentarne l'efficienza.

Grazie a modifiche gestionali e di regolazione, come la riduzione di temperatura dell'impianto di riscaldamento, l'ottimizzazione dei ritardi di avviamento degli impianti, lo spegnimento di impianti dimostrati senza valore aggiunto, è stato conseguito un risparmio annuo stimato in 400.000 KWh/anno. Per quanto riguarda invece le modifiche impiantistiche messe in atto nella fermata di agosto, con l'inserimento di inverter e la sostituzione di gruppi pompanti su circuiti di raffreddamento, si è misurata una riduzione di consumo complessivo che si attesta sui 500.000 kwh/anno.

E' stato appaltato un progetto articolato di revisione dell'impiantistica di compressione aria che si impegna a garantire una riduzione di consumo di 1.400.000 kwh/anno. Più in generale il percorso avviato, partendo da un approccio fattivo ed impiantistico, procederà ampliandosi su aspetti di controllo e gestione razionale delle energie inserendosi in un percorso che porterà nel 2015 alla certificazione ISO 50001 del sito di Pontedera. L'avviamento del processo e le tempistiche di conseguimento della certificazione sono stati ufficializzati in occasione della annuale conferma delle certificazioni già in vigore.

1_ DNV = Det Norske Veritas è uno dei principali organismi di certificazione a livello mondiale

Consumi energetici dei siti produttivi del Gruppo Piaggio

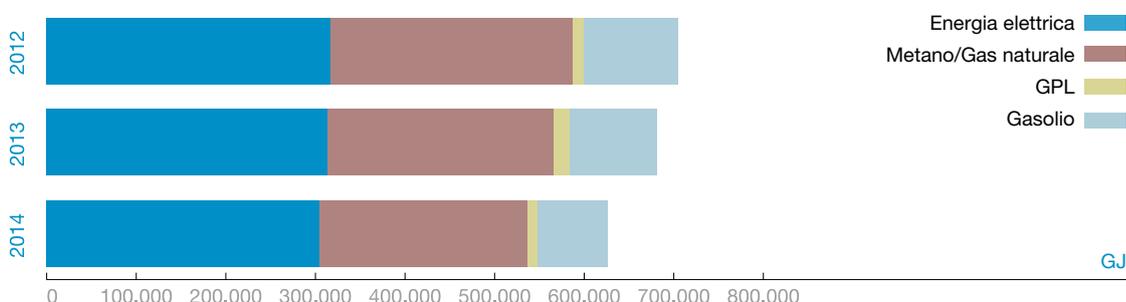
		Pontedera	Noale e Scorze ¹	Mandello Del Lario	Martorelles ¹	Baramati	VinhPhuc	Totale
Energia elettrica (Migliaia KWh)	2014	40.213	3.800	746	0	26.562	13.270	84.591
	2013	41.136	3.921	830	913	26.198	13.979	86.977
	Delta 2014-2013	-2,2%	-3,1%	-10,1%	-100,0%	1,4%	-5,1%	-2,7%
Metano/Gas Naturale (Sm ³)	2012	43.153	4.308	844	1.569	26.378	11.851	88.103
	2014	5.378.771	197.091	135.095	0			5.710.957
	2013	5.959.639	354.091	205.248	4.019	0	0	6.522.997
	Delta 2014-2013	-9,7%	-44,3%	-34,2%	-100,0%			-12,4%
GPL ² (Ton.)	2012	6.314.949	387.872	209.090	13.384	0	0	6.925.295
	2014					199	22	221
	2013					389	21	410
	Delta 2014-2013					-48,9%	8,0%	-46,0%
Gasolio ² (Litri)	2012					239	23	262
	2014	1.590			0	2.168.530	696.578	2.866.698
	2013	1.692			96.000	1.803.725	790.974	2.692.391
	Delta 2014-2013	-6,0%			-100,0%	20,2%	-11,9%	6,5%
	2012	1.626			96.000	1.880.110	913.442	2.891.178

1_Stabilimento non più attivo da marzo 2013.

2_Alcuni valori sono frutto di stime. Si precisa che il dato dei consumi di GPL e gasolio 2013 per lo stabilimento di Baramati a suo tempo pubblicato è stato qui aggiornato con il consuntivo effettivo.

Consumi energetici del Gruppo Piaggio

* I dati sono calcolati utilizzando gli standard di conversione definiti dalla linee guida GRI (1gallone di gasolio = 0,138 GJ; 1.000 m³ di gas naturale = 39,01 GJ; 1 Kwh = 0,0036 GJ). Per il GPL è stato utilizzato lo standard di conversione 1kg di GPL = 46,1 MJ.



Nel confronto dei dati 2014-2013 emerge per tutti gli insediamenti attivi una sostanziale stabilità dei consumi di energia elettrica, che evidenziano come gli interventi gestionali attuabili sono ormai prossimi al limite fisiologico.

Per quanto riguarda le altre fonti energetiche si riscontra una variazione molto più legata ai periodi effettivamente lavorati.

Riduzione delle emissioni di CO₂ ed altri inquinanti

Tra le sostanze più pericolose per l'inquinamento dell'aria generate dagli operatori del settore automotive, figurano le emissioni di gas ad effetto serra (principalmente CO₂) e i Composti Organici Volatili (COV), rilasciati dai solventi impiegati nelle attività di verniciatura.

Gli interventi strutturali (sostituzione di caldaie e ristrutturazioni di reti di distribuzione) realizzati nel tempo e già descritti nei bilanci precedenti, soprattutto per i siti di Pontedera e Mandello del Lario evidenziano la bontà delle modifiche apportate. Infatti anche per il 2014 si conferma la riduzione dei consumi energetici già consuntivata negli anni scorsi.

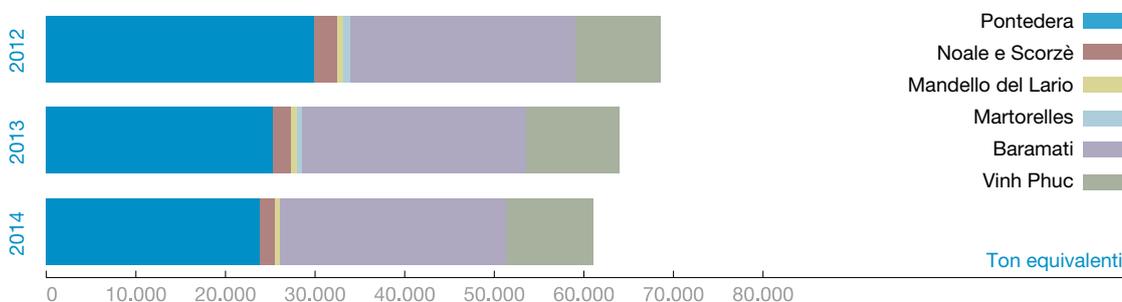
Ton	CO ₂ da fonti	Pontedera	Noale e Scorze ¹	Mandello Del Lario	Martorelles ¹	Baramati	Vinh Phuc	Totale
2014	dirette ²	10.526	388	266	0	5.801	2.052	19.033
	indirette	13.270	1.254	246	0	19.550	7.649	41.969
2013	dirette ²	11.673	691	404	294	5.725	2.377	21.164
	indirette ³	13.575	1.294	274	274	19.328	8.057	42.802
Delta 2014-2013	dirette ²	-9,8%	-43,8%	-34,2%	-100,0%	1,3%	-13,7%	-10,1%
	indirette	-2,2%	-3,1%	-10,2%	-100,0%	1,1%	-5,1%	-1,9%
2012	dirette ²	12.392	757	408	303	5.669	2.671	22.200
	indirette	17.520	1.749	343	419	19.461	6.831	46.323

Emissioni dirette ed indirette di CO₂ dei siti produttivi del Gruppo Piaggio

1. Stabilimento non più attivo da marzo 2013.

2. Si intendono le emissioni di CO₂ derivanti dalla combustione di metano, gas naturale, gasolio e GPL.

3. Si segnala che, rispetto ai bilanci pubblicati negli scorsi esercizi, alcuni dati storici sono stati ricalcolati utilizzando i dati consuntivi. Per Pontedera sono stati rettificati a seguito del completamento delle procedure di validazione dei dati ai fini della Comunicazione CO₂ ai sensi della Direttiva ETS.



Emissioni di CO₂ del Gruppo Piaggio

Si segnala che per la determinazione dei gas ad effetto serra, le fonti gasolio, olio combustibile e metano sono stati utilizzati i criteri di conversione della Direttiva "Emission Trading" (Direttiva 2003/87/CE).

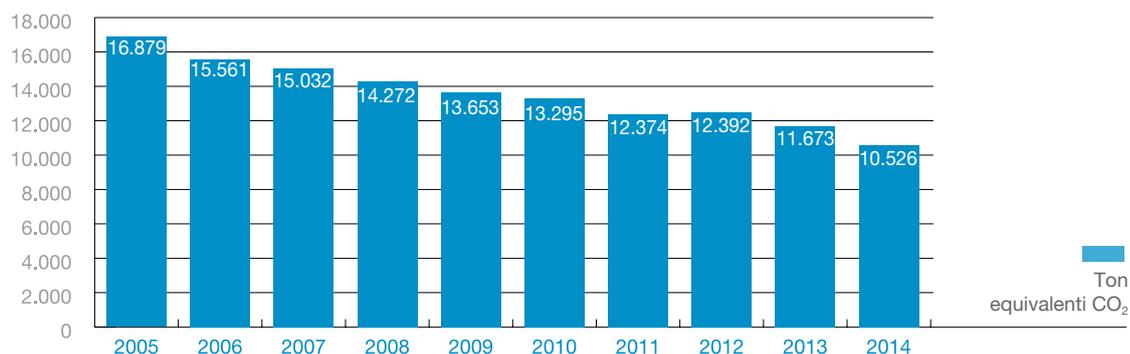
Con riferimento alle emissioni di CO₂, lo stabilimento industriale di Pontedera rientra nell'area di sensibilità della Direttiva "Emission Trading" (Direttiva 2003/87/CE), strumento di attuazione del Protocollo di Kyoto. Il sito appartiene al "Gruppo A", relativo alle imprese emananti il livello minore di quantitativi di CO₂ individuati dalla Direttiva.

Le emissioni di CO₂ sono imputabili nella quasi totalità alla combustione di metano e solo marginalmente a combustione di gasolio nei gruppi elettrogeni di emergenza.

Il monitoraggio e la rendicontazione delle emissioni di CO₂ relative allo stabilimento sono regolamentate da un'apposita procedura di Gruppo periodicamente soggetta ad audit interno, oltre che a verifica annuale prevista dall'ente certificatore.

Si riporta di seguito un grafico riassuntivo delle quantità di CO₂ emesse dallo stabilimento Piaggio di Pontedera negli anni a partire dal 2005. Le quantità ivi riportate sono certificate dall'organismo di verifica accreditato dall'Autorità Nazionale Competente (ANC), ad eccezione del dato 2014, consolidato, ma in attesa di certificazione, prevista entro la fine di marzo 2015.

Emissioni dirette di CO₂ dello stabilimento di Pontedera



Altre emissioni significative dei siti produttivi del Gruppo Piaggio¹

¹ I dati riportati sono il frutto di elaborazioni che hanno richiesto anche stime.

² Stabilimento non più attivo da marzo 2013.

³ Il dato del 2013 a suo tempo pubblicato è stato ricalcolato utilizzando i dati consuntivi.

	Pontedera	Noale e Scorze ¹	Mandello Del Lario	Martorelles ²	Baramati	Vinh Phuc	Totale
COV (Ton.)	2014	118,4		0	452,0	4,4	574,8
	2013 ³	126,0		10,3	411,0	4,4	551,7
	Delta 2014-2013	-6,0%		-100,0%	10,0%	0,4%	4,2%
	2012	141,0		10,8	444,0	2,9	598,7

Nonostante negli ultimi anni l'emissione di COV sia stata sensibilmente ridotta, sono in corso valutazioni di impiego di tecnologie a minor impatto sull'inquinamento atmosferico e su quello delle acque. In particolare, nello Stabilimento di Pontedera, è già in corso la realizzazione di un nuovo impianto di verniciatura che consentirà abbattimenti di COV stimabili nell'ordine dell' 80%. Tali modifiche saranno a regime a partire dalla prima metà del 2016.

Conservazione delle risorse idriche

Piaggio da sempre riconosce il grande valore delle risorse naturali che utilizza, sviluppando dei processi di produzione orientati alla riduzione del consumo idrico. Nel sito di Pontedera i pozzi di approvvigionamento idrico sono stati dotati di inverter in grado di regolare la portata degli impianti in funzione della quantità di acqua richiesta dall'anello idraulico.

Approvvigionamento idrico dei siti produttivi del Gruppo Piaggio

m ³		Pontedera	Noale e Scorze ¹	Mandello Del Lario	Martorelles [*]	Baramati	VinhPhuc	Totale
2014	Acqua di Pozzo	333.337	5.035	8.025				346.397
	Acqua rete idrica	45.572	5.897	747		275.781	103.255	431.252
	Totale	378.909	10.932	8.772	-	275.781	103.255	777.649
2013	Acqua di Pozzo	327.855	5.113	16.929	1.496			351.393
	Acqua rete idrica	52.267	7.967	1.012	908	282.912	89.300	434.366
	Totale	380.122	13.080	17.941	2.404	282.912	89.300	785.759
Delta 2014-2013	Totale	-0,3%	-16,4%	-51,1%	-100,0%	-2,5%	15,6%	-1,0%
2012	Acqua di Pozzo	378.928	8.286	25.482	3.711			416.407
	Acqua rete idrica	63.958	6.891	854	1.485	343.340	113.902	530.430
	Totale	442.886	15.177	26.336	5.196	343.340	113.902	946.837

^{*} Stabilimento non più attivo da marzo 2013

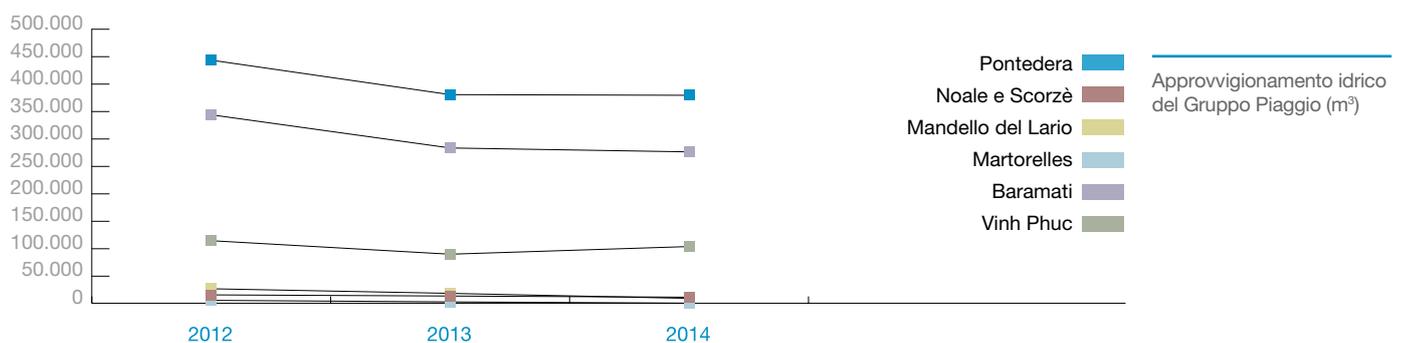
I consumi idrici risultano, almeno per gli stabilimenti europei attivi, stabili o in calo, e nonostante si siano già ottenute drastiche riduzioni che potrebbero indurre alla convinzione di aver raggiunto un livello difficilmente abbattibile, Piaggio continua ad intraprendere attività e verifiche mirate ad ulteriori abbattimenti.

Per quanto concerne i reflui di scarico, il rispetto dell'ambiente passa attraverso l'attenzione prestata ai processi di trattamento e depurazione delle acque rilasciate.

Con riferimento agli scarichi, stimati pari ai quantitativi prelevati, di seguito è riepilogata la loro destinazione suddivisa per sito produttivo:

- › **Pontedera:** la totalità degli scarichi "industriali" e gran parte degli scarichi di tipo civile, convergono ad un impianto di depurazione chimico-fisico esterno allo stabilimento e da questo, a seguito di un trattamento biologico, sono scaricati in alveo aperto. Una piccola parte degli scarichi, originati dai servizi igienici di due zone dello stabilimento, confluiscono direttamente nella rete fognaria pubblica;
- › **Noale:** gli stabili sono tutti collegati alla rete fognaria pubblica; gli scarichi sono solo di tipo civile (provenienti dai servizi igienici e dalla mensa dello stabilimento);
- › **Scorzè:** lo stabilimento non è servito da rete fognaria pubblica, per cui gli scarichi idrici, dopo un processo di depurazione biologica all'interno del sito, confluiscono nel locale Rio Desolino;
- › **Mandello del Lario:** lo stabilimento scarica parte dei reflui direttamente nella rete fognaria pubblica (scarichi civili, mense, etc.), mentre le acque utilizzate negli impianti di raffreddamento scaricano in corpo superficiale (Torrente Valletta);
- › **Baramati:** gli scarichi idrici sono trattati e le acque sono utilizzate per l'irrigazione;
- › **Vinh Phuc:** lo stabilimento è dotato di un impianto di depurazione chimico fisico per la depurazione degli scarichi del pretrattamento di verniciatura prima del loro recapito in pubblica fognatura, dove recapitano anche tutti gli altri scarichi (scarichi civili) dello stabilimento. Il recapito finale degli scarichi è nella rete fognaria pubblica.

Per quanto riguarda l'acqua riciclata e riutilizzata solo gli stabilimenti di Baramati e Vinh Phuc riutilizzano parte dell'acqua prelevata. In particolare, nel corso del 2014 sono stati riciclati e riutilizzati dallo stabilimento indiano circa 125.905 m³ di acqua, pari al 45,65% del totale dei prelievi dello stabilimento. Nello stabilimento vietnamita il recupero delle acque di scarico è stato di 13.426 m³/y pari al 13,0% attestandosi su percentuali uguali a quelle dell'anno precedente.



Gestione e recupero dei rifiuti

La filosofia del Gruppo Piaggio privilegia, ove possibile, il recupero piuttosto che lo smaltimento dei rifiuti. In tal senso, il ricondizionamento e il riutilizzo sono pratica comune da diversi anni in tutti gli stabilimenti. L'Azienda è inoltre impegnata nella diffusione di processi e tecnologie eco-compatibili in grado di ridurre la generazione di rifiuti. Non solo, obiettivo prioritario è incrementare ulteriormente la quota di rifiuti che sono avviati al recupero, rispetto a quelli destinati allo smaltimento. Negli stabilimenti dove è attivo un sistema di gestione ambientale sono state definite specifiche procedure volte ad agevolare lo smaltimento e il recupero dei rifiuti, evitando così operazioni dannose per l'ambiente o che possano compromettere l'attività lavorativa all'interno dello stabilimento. In tutti gli altri stabilimenti le indicazioni generali sono state ricavate dalle sopra citate procedure e contestualizzate con la normativa ivi applicabile.

Rifiuti prodotti nei siti produttivi del Gruppo Piaggio

Ton		Pontedera	Noale e Scorzè	Mandello Del Lario	Martorelles*	Baramati	Vinh Phuc	Totale
2014	Totale rifiuti	1.876	564	331	0	1.859	1.137	5.766
	Pericolosi	26,3%	3,8%	0,6%		22,6%	76,1%	31,2%
	A recupero	84,6%	89,6%	99,5%		78,9%	19,0%	71,2%
2013	Totale rifiuti	2.578	633	207	196	2.018	996	6.628
	Pericolosi	15,1%	3,2%	2,2%	23,3%	25,7%	80,5%	26,9%
	A recupero	83,8%	87,7%	98,5%	70,2%	75,5%	22,8%	72,5%
Delta 2014-2013	Totale	-27,3%	-10,8%	60,1%	-100,0%	-7,9%	14,1%	-13,0%
2012	Totale rifiuti	1.595	595	161	121	1.866	1.111	5.449
	Pericolosi	15,6%	3,2%	2,2%	15,4%	23,7%	47,2%	22,9%
	A recupero	86,2%	88,4%	98,5%	59,6%	76,3%	31,4%	71,6%

* Stabilimento non più attivo da marzo 2013

Le variazioni dei quantitativi di rifiuti tra il 2013 e il 2014 dipendono da una sempre più attenta gestione dell'aspetto, oltre che da incrementi o decrementi produttivi delle differenti realtà. L'incremento particolarmente marcato di Mandello è da imputarsi all'attività di rottamazione effettuata nel 2014, mentre per lo Stabilimento di Pontedera l'incremento quantitativo dei rifiuti pericolosi è imputabile alle operazioni di smaltimento e pulizia effettuate su alcuni serbatoi messi al servizio di un nuovo reparto di lavorazione dell'alluminio. Sempre per il sito di Pontedera si specifica inoltre che la marcata diminuzione della totalità dei rifiuti prodotti rispetto al 2013 risente dello spostamento all'interno dell'attività di lavorazione dell'alluminio precedentemente effettuata (nel 2013) all'esterno del sito principale, oltre che alle attività occasionali di rottamazione di materiali obsoleti (soprattutto contenitori).

Contaminazione del suolo

Si segnala che, come per il 2013, anche nel corso del 2014 gli stabilimenti Piaggio non sono stati interessati da sversamenti o eventi inquinanti di particolare significatività.

Biodiversità

Gli stabilimenti Piaggio non rientrano in aree protette o caratterizzate da elevata biodiversità. Unica eccezione è il sito di Scorzè che, pur essendo ubicato in una zona industriale, recapita gli scarichi nel bacino scolante della Laguna di Venezia e pertanto deve sottostare ai limiti regolamentati da specifica normativa.

Spese e investimenti per l'ambiente

A dimostrazione dell'impegno del Gruppo nella sostenibilità ambientale vi sono anche i quasi 2 milioni di euro di investimenti per l'ambiente realizzati negli stabilimenti italiani nel corso del 2014. Tali investimenti hanno riguardato principalmente progetti volti a migliorare e controllare gli aspetti, gli impatti ed i rischi ambientali.

	2014	2013
dati in euro		
Smaltimento rifiuti, trattamento delle emissioni e costi di ripristino ambientale	332.819	390.172
Costi di prevenzione e gestione ambientale	1.629.451	645.230
Totale	1.962.270	1.035.042

Spese e investimenti per l'ambiente in Italia

Il nuovo impianto di verniciatura dello stabilimento 2 ruote di Pontedera

L'impianto di verniciatura a smalto dello Stabilimento 2R di Pontedera, nato nel 1990 come impianto automatico e convertito in impianto manuale, è utilizzato per verniciare tutte le scocche di Vespa attraverso quattro fasi: sigillatura, applicazione primer di fondo per favorire adesione e raggiungimento tono colore, applicazione di base (colore) e applicazione strato finale di trasparente.

L'impianto in questione, ormai datato, è in corso di sostituzione con un impianto completamente robotizzato.

Nel 2014 è stata predisposta l'area interna al reparto dove sarà posizionato il nuovo impianto. I lavori hanno comportato l'eliminazione di un impianto di verniciatura non più utilizzato e a seguire la sopraelevazione dell'attuale copertura del fabbricato per consentire il montaggio del nuovo impianto. In parallelo è stato realizzato un nuovo soppalco per l'allocatione delle cabine di controllo e lucidatura con relative implementazioni sul sistema di trasporto skid e birottaia aereo.

Il lavoro ha una complessità notevole perché viene realizzato mentre l'operatività e la produzione del reparto restano sempre attivi.

Il termine dell'intervento è previsto nella primavera 2016.

Il nuovo impianto consentirà notevoli miglioramenti ambientali e di sicurezza. In particolare l'impianto robotizzato consentirà di riciclare l'aria portandola a saturazione di COV e rendendone così possibile la combustione in uno specifico impianto, previsto a progetto e in fase di appalto, che sarà in grado di autosostenersi. La realizzazione del post combustore renderà inoltre possibile la riduzione considerevole dei punti di emissione ed un abbattimento dei COV emessi superiore al 80%. Anche le emissioni del forno di essiccazione finale, che ha già subito recentemente interventi radicali di manutenzione straordinaria e che verrà mantenuto così come modificato nella nuova configurazione, saranno convogliate nell'impianto di post combustione.

La realizzazione dell'impianto consentirà inoltre una riduzione dei consumi di prodotto applicato, dato che l'utilizzo dei robot garantirà una maggiore efficienza grazie all'oggettivazione del processo che non sarà più legato alla soggettività degli operatori. Le nuove tecnologie applicate garantiranno inoltre una sensibile riduzione dei consumi energetici, soprattutto grazie alla riduzione del volume delle cabine di spruzzatura e ad un minor quantitativo di aria da trattare in fase di immissione oltre ad una riduzione dei consumi idrici.

Si segnala infine che la scelta di realizzare l'impianto completamente fuori terra, scelta che ha implicato la complessa e onerosa sopraelevazione del fabbricato, consentirà una maggior sicurezza per l'ambiente, poiché eventuali sversamenti e perdite di reagenti saranno subito evidenti, garantendo anche una maggiore sicurezza agli operatori che non dovranno accedere a locali tecnici interrati per espletare le attività di manutenzione e pulizie tecniche periodiche.

Il nuovo impianto prevede il mantenimento dell'uso di prodotti a solvente ma è comunque predisposto per un eventuale futuro passaggio su tecnologie idrosolubili a fronte dei necessari interventi di implementazione.



Logistica

Il Gruppo ha consolidato il proprio modello logistico in out-bound, volto a cogliere le sinergie tra i vari poli distributivi in Europa e ad identificare opportunità di ottimizzazione, ponendo particolare attenzione agli aspetti qualitativi dei servizi.

Per ottimizzare la distribuzione il modello prevede la gestione mirata delle partenze e degli itinerari da percorrere.

La procedura regolamenta inoltre:

- › i mezzi e le attrezzature utilizzate dagli operatori logistici che sono soggetti a certificazione Piaggio, secondo gli standard qualitativi di riferimento;
- › l'adeguamento dei mezzi per navettaggi interni con veicoli dotati di sistemi per la riduzione delle emissioni di CO₂;
- › il servizio di packaging collection per gestire il ritiro degli imballi dai dealer ed il relativo smaltimento in accordo alle normative locali vigenti;
- › lo smaltimento con raccolta differenziata dei materiali di scarto (p.e. da decontainerizzazioni) e la sostituzione degli imballi;
- › la stampa dei soli documenti necessari.

Per ridurre al minimo le esigenze di trasferimento il modello prevede che i veicoli prodotti vengano immagazzinati nel polo distributivo adiacente a quello di produzione e che sia centralizzato l'import di quelli prodotti overseas.

Grazie alla gestione centralizzata di tutti i poli logistici (Pontedera, Quinto di Treviso, Mandello):

- › è stato ridotto il numero di viaggi necessari al trasferimento di stock fra poli;
- › è stato consolidato l'uso degli archivi elettronici per archiviazione documenti di spedizione ed eliminazione delle copie cartacee;
- › è stata abolita la stampa cartacea dei documenti di spedizione da inviare al cliente finale, utilizzando i documenti in formato elettronico.

A seguito del rinnovo contrattuale delle attività di distribuzione dei Veicoli 2 Ruote (per il triennio 2014-2016) è iniziato un percorso di miglioramento delle attività operative che ha fatto registrare già nel 2014 una riduzione totale delle operazioni pari al 3,9% e del numero dei km percorsi pari allo 0,5%.

Anche i poli produttivi in India e Vietnam hanno posto in essere procedure atte a minimizzare il numero di viaggi per la spedizione dei veicoli prodotti ed il consumo di materiali di imballaggio.



SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

Organico	103
Policy di gestione del personale	104
Diversità e pari opportunità	105
Sviluppo organizzativo: Interventi avvenuti nel 2014	109
Sviluppo del capitale umano	110
Formazione	113
Politiche di rewarding	114
Coinvolgimento e dialogo con il personale	116
Relazioni industriali	117
Sicurezza e Medicina del lavoro	121



Impegno	Obiettivi 2014	Risultati 2014	Obiettivi 2015	Obiettivi a medio termine
Salute e sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> › Completamento NIOSH in tutti i siti italiani. 	<ul style="list-style-type: none"> › Attività completata. › Certificazione OHSAS 18001-2007 confermata per gli stabilimenti in Italia, Vietnam ed India 2W ed estesa al magazzino di Quinto di Treviso e Stabilimento SM01. 	<ul style="list-style-type: none"> › Certificazione OHSAS 18001-2007 dello stabilimento indiano VC. 	<ul style="list-style-type: none"> › Adeguamento del sistema di gestione della salute e sicurezza al nuovo standard ISO 45000 – Risk based approach. › Implementazione di un sistema informatico per la valutazione dei rischi e gestione della salute e sicurezza a livello di gruppo.
Gestione Talenti	<ul style="list-style-type: none"> › Attivazione global training e attività di formazione da remoto per i nuovi young talent e per gli altri talenti. 	<ul style="list-style-type: none"> › Erogare 2 sessioni formative globali per i talenti, inclusi i nuovi young, e pianificate le sessioni di formazione in remoto che verranno concluse nei primi mesi del 2015. 	<ul style="list-style-type: none"> › Prosecuzione nello sviluppo dei talenti (Piaggio Way), attraverso ulteriori sessioni di formazione globale, training in remoto e piani di sviluppo. 	<ul style="list-style-type: none"> › Verifica degli strumenti di sviluppo proposti ed analisi dei risultati nell'ottica del miglioramento continuo.
Succession Planning	<ul style="list-style-type: none"> › Consolidamento processo di Management Review a livello Gruppo e realizzazione nuovo Succession Planning. 	<ul style="list-style-type: none"> › Definito nuovo succession planning EMEA e APAC, in corso di finalizzazione in India. › Definito piano specifico di succession planning per gli espatriati nel Gruppo. 	<ul style="list-style-type: none"> › Finalizzazione succession planning in India. › Aggiornamento piano di succession planning globale. › Definizione 'piani di sviluppo specifici per risorse inserite nel succession planning su posizioni coperte da espatriati. 	<ul style="list-style-type: none"> › Miglioramento degli strumenti e dei processi di Management Review e Succession Planning.
Modello di competenze	<ul style="list-style-type: none"> › Monitoraggio del job system durante i processi di management review per verificare allineamento competenze alle esigenze attuali di business. 	<ul style="list-style-type: none"> › Eseguita revisione dei ruoli professionali in coerenza con le evoluzioni organizzative. › Eseguito l'appraisal delle competenze manageriali e tecniche a livello globale. 	<ul style="list-style-type: none"> › Aggiornamento del modello di valutazione con la diffusione della valutazione funzionale sulle organizzazioni a matrice. › Revisione delle competenze tecniche e dei ruoli in linea con le strategie aziendali e i benchmark professionali esterni. 	<ul style="list-style-type: none"> › Verifica ed allineamento delle competenze alle esigenze del piano strategico.
Training	<ul style="list-style-type: none"> › Ottobre 2014 GO LIVE LMS (Learning Management System). 	<ul style="list-style-type: none"> › Ulteriori implementazioni e aggiunta di funzionalità per lo sviluppo di una piattaforma adattata al processo di Training del Gruppo con test effettuati su tutte le funzionalità. 	<ul style="list-style-type: none"> › GO LIVE della piattaforma in febbraio. Gestione di tutti i dati storici e di tutte le azioni di Training future su un unico ambiente. Gestione globale del processo di Training. › Definizione delle azioni di training correlate con il fabbisogno delle competenze attraverso il nuovo sistema LMS. › Condivisione tra le società del Gruppo di alcuni fornitori e modalità formative. 	<ul style="list-style-type: none"> › Introduzione a livello Gruppo del LMS . › Standardizzazione del processo di Training , modellizzazione delle fasi più importanti.

Le risorse umane con le loro competenze, capacità e passione sono un elemento centrale per la competitività e la crescita di Piaggio.

Forte tensione al risultato, costante ricerca della soddisfazione del cliente, slancio verso l'innovazione e attenzione ai bisogni futuri del mercato devono guidare ogni azione, individuale e di team, tesa alla creazione di valore per tutti gli stakeholder. Le persone sono l'elemento fondamentale che permette di affrontare con questa mentalità ogni sfida che si presenti in uno scenario internazionale sempre più dinamico e competitivo.

Per queste ragioni, Piaggio pone le persone al centro della propria organizzazione, assicurandone il rispetto e la tutela in ogni Società del Gruppo.

Organico

Il Gruppo nel corso del 2014 ha proseguito nelle operazioni di razionalizzazione e ridisegno organizzativo nell'ambito del perimetro EMEA mantenendo invece stabili gli organici sull'area asiatica e indiana. I dipendenti del Gruppo al 31 dicembre 2014 risultano pari a 7.510 unità, con un decremento complessivo di 178 unità (- 2,3%) rispetto al 31 dicembre 2013.

n. persone	2014	2013	2012
EMEA e Americas	4.008	4.098	4.318
<i>di cui Italia</i>	3.734	3.805	3.873
India	2.622	2.677	2.814
Asia Pacific 2W	880	913	997
Totale	7.510	7.688	8.129

Popolazione aziendale per area geografica al 31 dicembre

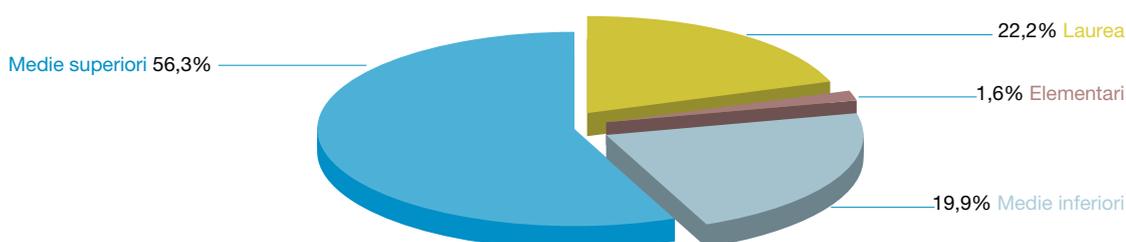
n. persone	2014	2013	2012
Dirigenti	96	96	95
Quadri	569	573	574
Impiegati	2.122	2.161	2.202
Operai	5.030	5.343	5.477
Totale	7.816	8.173	8.348

Consistenza media della popolazione aziendale per categoria professionale

n. persone	Laurea	Medie superiori	Medie inferiori	Elementari	Totale
EMEA e Americas	678	1.723	1.487	120	4.008
<i>di cui Italia</i>	525	1.629	1.467	113 ¹⁴	3.734
India	669	1.946	7	0	2.622
Asia Pacific 2W	317	562	0	1	880
Totale	1.664	4.231	1.494	121	7.510

Popolazione aziendale per titolo di studio al 31 dicembre 2014

¹⁴ Il dato comprende anche 8 dipendenti che non hanno conseguito un titolo di studio.



Turnover della popolazione aziendale in Italia al 31 dicembre 2014

Nel corso del 2014 in Italia si è registrato un tasso di turnover in entrata dello 0,86% ed un tasso di turnover in uscita del 2,60%.

Turnover della popolazione aziendale in Italia al 31 dicembre 2014

n. persone	Organico al 31 Dicembre 2014	Uomini	Donne	< 31	31 - 40	41 - 50	> 50	Totale	% Turnover
Dirigenti	65	6	1	0	1	5	1	7	10,77%
Quadri	216	7	3	0	4	6	0	10	4,63%
Impiegati	936	6	5	3	6	1	1	11	1,18%
Operai*	2.517	4	0	2	2	0	0	4	0,16%
Totale	3.734	23	9	5	13	12	2	32	0,86%
Uscite									
Dirigenti	65	6	1	0	0	0	7	7	10,77%
Quadri	216	13	1	0	4	3	7	14	6,48%
Impiegati	936	22	6	3	7	8	10	28	2,99%
Operai*	2.517	31	17	0	2	16	30	48	1,91%
Totale	3.734	72	25	3	13	27	54	97	2,60%

*Per la categoria operai i dati non considerano i contratti a termine.

Policy di gestione del personale

La centralità delle risorse umane e lo sviluppo delle competenze core per l'evoluzione del business sono alla base del nostro rapporto con le persone e si declinano nelle seguenti policy aziendali per il loro inserimento, sviluppo, formazione e rewarding.

Selezione e mobilità interna

Il Processo di selezione del personale supporta la strategia aziendale consentendo una rapida risposta alle necessità organizzative che il business e i mercati di volta in volta impongono. Integra le attività di risk mapping e succession planning sulle risorse strategiche garantendo continuità nella qualità delle Risorse.

Valutazione

Rendere trasparenti alle persone i criteri e le modalità con cui vengono valutate:

- › prestazioni fornite,
- › competenze manageriali e professionali possedute,
- › potenzialità,

in relazione al proprio ruolo, alle esigenze aziendali ed ai possibili percorsi di sviluppo.

Sviluppo e carriera

Perseguire lo sviluppo delle risorse umane e creare un "portafoglio" di risorse pronte a ricoprire le posizioni chiave sia in ottica manageriale, sia professionale. I percorsi di sviluppo e carriera sono basati principalmente sulla valutazione delle competenze, dei comportamenti, delle prestazioni e del potenziale.

Formazione

Il Processo di Training analizza i fabbisogni e definisce modalità e azioni formative necessarie a garantire un adeguato allineamento di ogni risorsa al modello di competenze manageriali e tecnico professionali. Assicura il necessario aggiornamento e mantenimento delle competenze critiche e distintive.

Rewarding

Remunerare le persone e il loro contributo secondo criteri di competitività, di equità e di meritocrazia chiaramente percepiti al fine di motivare e trattenere in azienda le risorse umane che forniscono importanti contributi al conseguimento dei risultati aziendali.

Diversità e pari opportunità

Escludere qualsiasi tipo di discriminazione, in particolare di sesso, età, nazionalità, origine etnica, ideologia e credo religioso, operando in accordo con le leggi, gli adempimenti contrattuali, le prassi, gli usi e la cultura di ciascuno dei Paesi in cui l'azienda è presente.

Relazioni Industriali

Favorire il coinvolgimento dei lavoratori e delle loro rappresentanze nel perseguimento degli obiettivi aziendali e promuovere i valori che stanno a fondamento dell'impresa e della sua competitività, nel pieno rispetto delle normative vigenti e dei contratti collettivi di lavoro.

Organizzazione Competitiva

Perseguire l'innovazione delle forme organizzative come strumento di costruzione del proprio vantaggio competitivo e supportare la creazione di un'organizzazione multinazionale, snella, orientata al cliente e alla generazione di valore, integrata con logiche di "rete" nei confronti di tutti i partner (ad es.: fornitori, dealer) che concorrono alla catena del valore aziendale.

Inoltre Piaggio, nel rapporto con i propri collaboratori e indipendentemente dal tipo di lavoro svolto, rispetta in ogni circostanza i principi sanciti dal Codice Etico del Gruppo e la legislazione vigente nell'area geografica dove la Società opera.

Piaggio non fa ricorso né a lavoratori al di sotto delle soglie minime di età definite dai diversi Paesi, né al lavoro forzato e rispetta le principali legislazioni internazionali, come per esempio la Convenzione dell'Onu sui diritti dell'infanzia (UNCRC) e The Human Rights Act del 1998.

Diversità e pari opportunità

Piaggio opera su scala globale, con dipendenti in Europa, America e Asia con un'ampia differenziazione anagrafica e di genere. La gestione delle diversità per Piaggio significa riconoscere e rispettare le differenze nell'ambito di un substrato comune di cultura aziendale.

Forniscono testimonianza concreta dell'attenzione del Gruppo alla gestione delle diversità l'adozione del Codice Etico, il rispetto delle legislazioni internazionali in materia di pari opportunità e l'emanazione di policy che tutelano le forme di diversità già presenti nell'organizzazione.

L'Azienda diffonde nel mondo la propria cultura e i propri valori, con l'obiettivo di creare le condizioni per lo sviluppo dell'internazionalità e di un'organizzazione multinazionale, che offra pari opportunità a tutti i dipendenti.

Per queste ragioni, i processi di gestione delle risorse umane e in particolare:

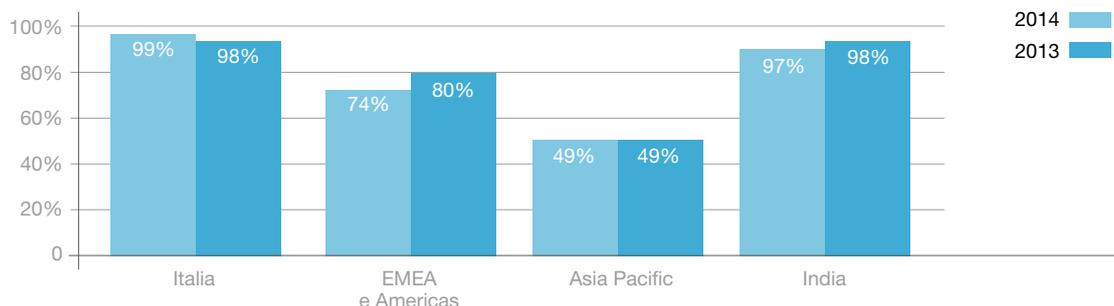
- › la strategia e le politiche relative alle persone,
- › il processo di selezione e inserimento,
- › gli strumenti di sviluppo, carriera e formazione,
- › le politiche di rewarding,
- › i programmi di gestione dei talenti,

sono applicati secondo gli stessi principi di meritocrazia, equità e trasparenza in tutti i Paesi in cui il Gruppo opera, ponendo l'accento sugli aspetti rilevanti per la cultura locale.

Piaggio non ha adottato specifiche procedure di selezione ed inserimento delle persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività, basando le azioni di recruitment sulle caratteristiche ed esperienze dei candidati e sui requisiti della posizione, ma assicura lo sviluppo delle risorse umane delle comunità locali, come illustrato dal seguente grafico⁽¹⁵⁾.

15_ Sono stati considerati senior manager i primi e secondi riporti gerarchici del top management di Piaggio & C SpA e i primi e secondi livelli gerarchici delle Consociate. Il termine locale si riferisce al livello nazionale e per senior manager locali si intendono i senior manager con nazionalità corrispondente al paese in cui operano.

Percentuale di senior manager di nazionalità locale per area geografica al 31 dicembre



Per promuovere e sostenere lo scambio interculturale e la gestione delle diversità, è inoltre facilitata la mobilità delle risorse umane in ambito internazionale, favorendo la reciproca assegnazione di dipendenti tra le Società del Gruppo.

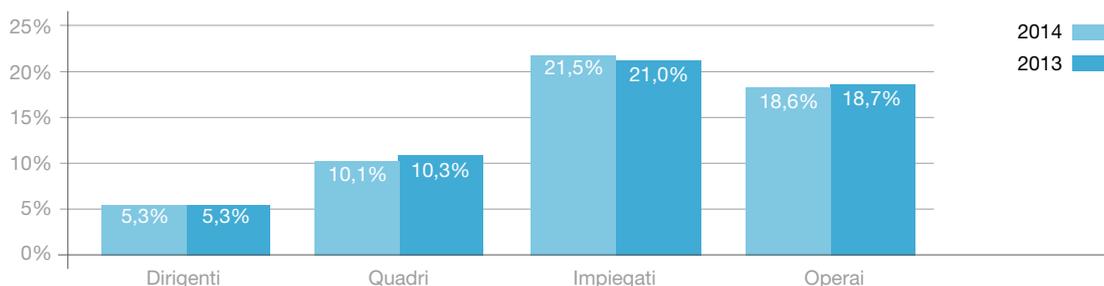
Lavoro femminile

Le donne in Piaggio ricoprono un ruolo fondamentale ad ogni livello della struttura organizzativa. La loro presenza tra gli impiegati è pari al 21,5%.

Popolazione aziendale per genere e area geografica al 31 dicembre

n. persone	2014		2013	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
EMEA e Americas	2.827	1.181	2.899	1.199
di cui Italia	2.622	1.112	2.679	1.126
India	2.564	58	2.610	67
Asia Pacific 2W	723	157	752	161
Totale	6.114	1.396	6.261	1.427

Incidenza delle donne sull'organico al 31 dicembre



Popolazione aziendale per tipologia contrattuale, genere e area geografica al 31 dicembre 2014

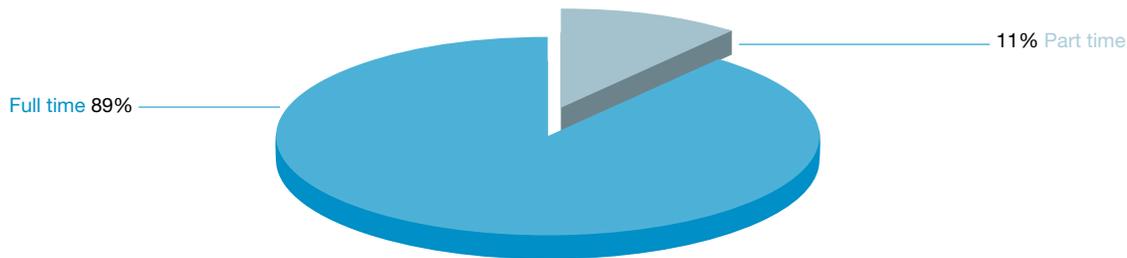
n. persone	Tempo Determinato			Tempo Indeterminato ¹⁶		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
EMEA e Americas	1	3	4	2.826	1.178	4.004
di cui Italia	0	0	0	2.622	1.112	3.734
India	1.113	26	1.139	1.451	32	1.483
Asia Pacific 2W	19	0	19	704	157	861
Totale	1.133	29	1.162	4.981	1.367	6.348

¹⁶ Il dato comprende, per l'Italia, anche alcuni contratti di apprendistato che vengono considerati come contratti a tempo indeterminato.

Pari opportunità sono offerte ai dipendenti di ambo i sessi, con iniziative concrete per agevolare la gestione del rapporto tra vita familiare e vita professionale, quali l'introduzione di tipologie contrattuali diverse da quella full-time.

n. persone	Full time			Part time		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
EMEA e Americas	2.726	862	3.588	101	319	420
di cui Italia	2.521	797	3.318	101	315	416
India	2.564	58	2.622	0	0	0
Asia Pacific 2W	723	156	879	0	1	1
Totale	6.013	1.076	7.089	101	320	421

Popolazione aziendale per tipologia professionale, genere e area geografica al 31 dicembre 2014



Incidenza del part time in Italia al 31 dicembre 2014

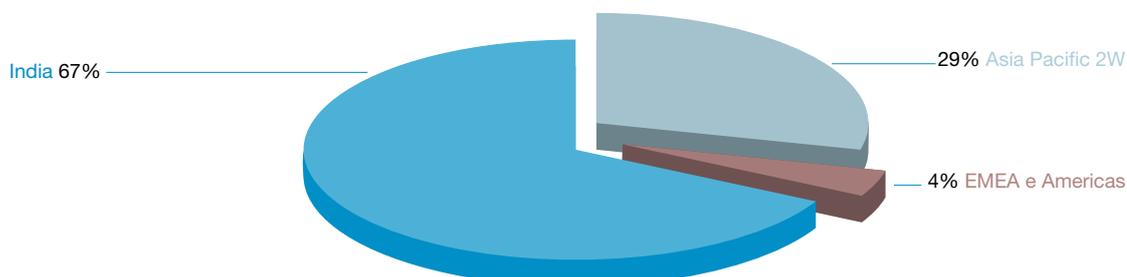
Obiettivo di Piaggio per i prossimi anni non è solo consolidare la presenza femminile nella propria forza lavoro, ma anche agevolare la condizione. A questo scopo, da diversi anni sono state introdotte in Italia tipologie contrattuali diverse da quella full-time, che sono oggetto di crescente attenzione da parte del personale. Nel 2014 in Italia sono stati 416 i dipendenti a prestare servizio con un contratto di lavoro diverso da quello full time: in particolare il 4,0% della forza lavoro è assunta con contratto Part Time Orizzontale, mentre il 7,1% può contare su un Part Time Verticale. La diffusione del contratto part-time nel Gruppo Piaggio è senza dubbio meritevole di aver favorito le mamme che desiderano seguire più da vicino la crescita dei propri figli o, comunque, gli impegni familiari.

Giovani

Nell'ambito del Gruppo, la popolazione aziendale risulta più numerosa nella fascia d'età fino a 30 anni e questo rappresenta una condizione di partenza fondamentale per la conoscenza e la diffusione di know-how tra i giovani da parte dei lavoratori più esperti, capaci di ergersi ad esempio e di tramandare le abilità apprese nel tempo.

n. persone	fino a 30	31-40	41-50	> 50	Totale	
2013	Dirigenti	0	8	35	52	95
	Quadri	3	178	265	126	572
	Impiegati	400	892	540	300	2.132
	Operai	2.019	852	1.143	875	4.889
Totale	2.422	1.930	1.983	1.353	7.688	
2014	Dirigenti	0	3	36	56	95
	Quadri	1	148	283	135	567
	Impiegati	381	847	558	316	2.102
	Operai	1.795	791	1.237	923	4.746
Totale	2.177	1.789	2.114	1.430	7.510	

Popolazione aziendale per categoria professionale e fascia di età al 31 dicembre



Popolazione aziendale fino a 30 anni per area geografica al 31 dicembre 2014

Diversamente abili

Piaggio non solo garantisce alle persone diversamente abili la possibilità di offrire il loro contributo nel mondo del lavoro, ma riconosce il valore della diversità e l'importanza del confronto nello svolgimento di qualsiasi attività, dalla più semplice alla più delicata. In accordo con le organizzazioni sindacali e secondo le normative vigenti, che richiedono alle aziende l'assunzione di una quota specifica di persone con disabilità, la Società ha inoltre stretto collaborazioni con diverse cooperative sociali nella convinzione che l'attività lavorativa possa contribuire alla loro realizzazione personale.

L'inserimento e l'integrazione lavorativa delle persone diversamente abili è, inoltre, concretamente agevolata anche attraverso l'accessibilità alle strutture aziendali e l'applicazione di un'apposita procedura aziendale.

Dipendenti in Italia appartenenti a categorie protette (ex L. 68/1999) al 31 dicembre

n. persone	2014	2013	2012
Quadri	1	1	1
Impiegati	10	10	9
Intermedi e operai	137	130	134
Totale	148	141	144
Incidenza % sul totale dei dipendenti	4,0%	3,7%	3,7%

Negli stabilimenti italiani nel 2014 sono state occupate 148 persone disabili e appartenenti alle categorie protette. Il dettaglio evidenziato nella tabella sopra riportata mostra come il peso percentuale del personale diversamente abile sul totale degli occupati si attesta attorno alla quota del 4%.

Congedi parentali/maternità

Le nostre realtà aziendali applicano le normative di legge dettate dalle legislazioni nazionali in materia. In particolare in Italia dal 2013 sono stati istituiti 2 congedi per il padre, fruibili entro e non oltre il 5° mese di vita del figlio:

- › congedo obbligatorio (1 giorno), aggiuntivo al congedo della madre. Spetta indipendentemente dal diritto della madre al congedo obbligatorio;
- › congedo facoltativo (2 giorni), alternativo al congedo di maternità della madre. La fruizione è condizionata dalla scelta della madre di non fruire di altrettanti giorni del proprio congedo di maternità.

In Vietnam è previsto per la madre un congedo prenatale e post parto globalmente di 6 mesi. In caso di parto gemellare il congedo è esteso di 1 mese per ogni ulteriore figlio. Il congedo prenatale non può essere superiore ai 2 mesi.

Durante la maternità la dipendente percepisce lo stesso salario e gli stessi contributi di quando è in servizio.

La madre può richiedere di rientrare in servizio prima della durata complessiva del congedo di maternità. Per far ciò deve aver usufruito di almeno 4 mesi di congedo di maternità, ottenere il consenso del datore di lavoro e presentare un certificato medico che attesti che il rientro anticipato non può nuocere alla sua salute.

Terminati i 6 mesi di maternità la dipendente può ottenere, d'accordo con il datore di lavoro, una estensione del congedo rinunciando allo stipendio.

Fino ai 12 mesi del bambino la madre ha diritto ad una riduzione di 1 ora dell'orario di lavoro giornaliero. Il Gruppo non discrimina in alcun modo chi ha goduto di un congedo per maternità. Anzi, per favorire la conciliazione tra gestione dei figli e vita lavorativa in Italia a 151 dipendenti è stato concesso un contratto part-time orizzontale.

A riprova di quanto affermato si forniscono le seguenti informazioni per le realtà aziendali per le quali il fenomeno è numericamente più significativo.

	Congedi parentali								
	Italia			Vietnam			Emea/Usa		
	U	D	Totale	U	D	Totale	U	D	Totale
Dipendenti in maternità nel corso del 2014	38	31	69	0	21	21	3	5	8
Dipendenti rientrati nel 2014 dopo maternità	38	25	63	0	23	23	3	3	6
Dipendenti che hanno ripreso il lavoro e sono in organico dopo 12 mesi dal rientro dalla maternità	36	29	65	0	11	11	0	1	1
"Return to work" rate	94,74	93,55	94,20		52,38	52,38	0,00	20,00	12,50

Sviluppo organizzativo: Interventi avvenuti nel 2014

Nell'anno 2014, pur in un contesto macroeconomico ancora in difficoltà sia a livello di settore che di mercato, il Gruppo Piaggio, grazie alla sua presenza globale in termini sia industriali che commerciali, ha mantenuto le proprie posizioni attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti, il presidio dei diversi mercati ed un controllo dei costi e della produttività.

Di seguito, le principali variazioni organizzative che hanno caratterizzato il periodo di riferimento:

- › nuova organizzazione di dettaglio della Direzione Marketing e Comunicazione con unità dedicate principalmente alla gestione e al coordinamento a livello globale delle strategie di marketing e della attività di comunicazione per i brand del Gruppo, alla rilevazione e all'analisi dei dati di customer experience, al marketing e allo sviluppo del business degli accessori, alla definizione delle strategie di marketing e comunicazione digitale e della piattaforma globale di CRM, nonché alla realizzazione di eventi, e allo sviluppo delle varie community worldwide. Inoltre, al fine di valorizzare l'immagine e il patrimonio del Gruppo, alla Direzione Marketing e Comunicazione è stata assegnata la responsabilità della gestione dei Musei e degli Archivi storici dei brand del Gruppo, assicurando così una gestione coordinata delle iniziative di comunicazione e di immagine;
- › costituzione di due nuove Direzioni a diretto riporto dell'Amministratore Delegato di Piaggio & C. per una maggiore focalizzazione nella progettazione e nello sviluppo rispettivamente dei prodotti 2 Ruote e 3-4 Ruote e denominate Direzione Sviluppo Prodotto 2 Ruote e Direzione Sviluppo Prodotto 3-4 Ruote. E' stata inoltre definita l'organizzazione di dettaglio di ciascuna Direzione con lo scopo di ridurre i tempi e i costi di sviluppo, di assicurare un maggior focus sull'attività di progettazione e sperimentazione attraverso centri di competenza dedicati e di favorire l'integrazione tra le attività di stile e progettazione dei diversi sistemi e componenti, garantendo un miglioramento continuo degli standard qualitativi di prodotto, valorizzando l'identità stilistica dei brand del Gruppo e gestendo la proprietà intellettuale relativa a brevetti e modelli;
- › costituzione di una nuova società del Gruppo "Piaggio Concept Store Mantova S.r.l." con l'obiettivo di gestire il primo concept store denominato Motoplex e inaugurato a Mantova. Alla fine del 2014 è stato inaugurato il secondo Motoplex in Italia: Motoplex Milano City Lounge;
- › completamento del processo di integrazione del Polo Meccaniche, dedicato alla lavorazione dei componenti di alluminio dei motori e derivante dall'acquisizione della società Tecnocontrol, nell'ambito della Direzione Stabilimenti EMEA, conclusosi con il trasferimento fisico di impianti, macchinari e risorse all'interno del comprensorio del sito di Pontedera;

- › riorganizzazione delle attività della funzione Legale e Societario con la costituzione dell'unità organizzativa "Corporate", che assicura gli adempimenti societari e fornisce supporto nelle operazioni societarie straordinarie e della unità organizzativa "Legal & Compliance" con la responsabilità di fornire supporto legale nelle attività del Gruppo, nonché di prevenire e gestire il contenzioso e la supervisione e gestione delle attività di legal compliance. La funzione si occupa inoltre della gestione della proprietà intellettuale relativa ai marchi;
- › riorganizzazione dell'area Emea e Americas con la collocazione alle dirette dipendenze dell'Amministratore Delegato di Piaggio & C. della società Piaggio Group Americas al fine di rafforzare la posizione strategica e la presenza del Gruppo nell'area e delle tre Direzioni dedicate alle commercializzazioni dei prodotti 2 e 3-4 Ruote.

Sviluppo del capitale umano

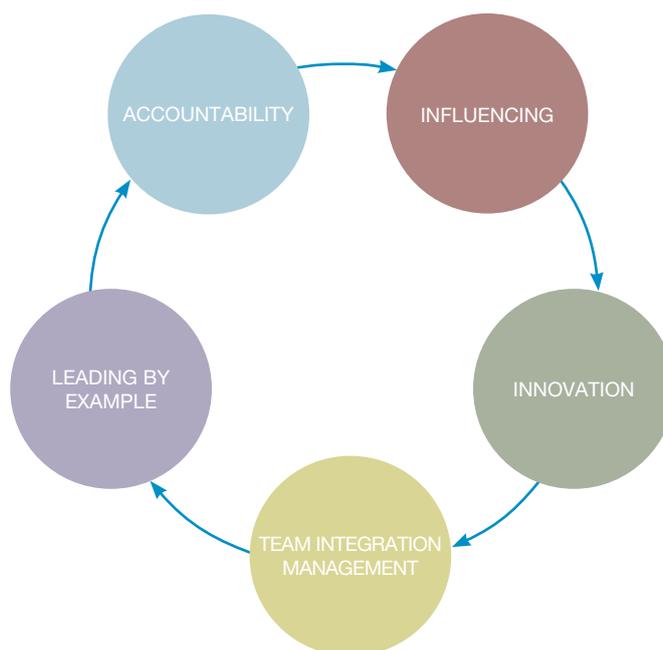
Lo sviluppo delle competenze core richieste dall'evoluzione del business e del mercato rappresenta una priorità. Per questo motivo, le politiche di sviluppo delle risorse umane del Gruppo sono focalizzate sulla costruzione, sul mantenimento e sullo sviluppo dei fattori determinanti per competere in contesti internazionali ed in continua evoluzione.

Il Modello di competenze manageriali

Coerentemente con quanto previsto dal piano strategico e tramite i propri core value, Piaggio ha identificato un modello di competenze manageriali che costituisce il set di comportamenti da praticare giorno per giorno per assicurare il successo proprio e dell'azienda.

Tale modello è il riferimento a livello di Gruppo per lo sviluppo della cultura aziendale e la crescita delle persone. Nel corso del 2014 il modello è stato affinato ed è continuata la diffusione capillare delle competenze manageriali sulla popolazione impiegatizia e manageriale a livello di Gruppo.

Modello di competenze manageriali



Il Modello di competenze professionali

Il patrimonio di competenze professionali e know-how costituisce il vero fondamento e l'unica reale garanzia della continuità e della qualità dei risultati. Per questo motivo il Gruppo Piaggio ha elaborato un modello di riferimento di competenze professionali che è aggiornato e arricchito secondo quanto previsto dal piano strategico, in linea con le evoluzioni tecnologiche e di mercato.

Il modello è articolato in tredici famiglie professionali e declinato in competenze specifiche. Gli strumenti di sviluppo e le attività di formazione sono orientati a far acquisire ai dipendenti il livello di competenza richiesto dal proprio ruolo.

Nel corso del 2014, il sistema professionale è stato arricchito con ruoli specifici delle unità operative del Gruppo ed impiegato come base per la valutazione e lo sviluppo sistematico delle competenze professionali sull'intera popolazione impiegatizia e manageriale di Gruppo.

Inoltre è stata aggiornata a livello di Gruppo la rilevazione delle competenze tecniche-professionali e sono stati conseguentemente impostati i piani di sviluppo e formazione per il superamento dei gap riscontrati nel 2014.

La valutazione

In base alla posizione ricoperta, le persone sono valutate, coniugando la crescita professionale e il raggiungimento degli obiettivi aziendali, sui seguenti aspetti chiave:

- › competenze manageriali e professionali possedute;
- › prestazioni;
- › potenziale;
- › mobilità internazionale.

Il valutatore e il valutato hanno la possibilità di condividere il risultato della valutazione delle prestazioni e delle competenze possedute ed integrarlo con proposte per la definizione del percorso di sviluppo e formazione.

La valutazione delle competenze si basa sul confronto tra le competenze previste dal modello aziendale per lo specifico ruolo e quelle riscontrate nel valutato, sostanziate da comportamenti concreti e osservabili nelle attività giornaliere. Il processo di valutazione si svolge in maniera integrata e fornisce informazioni per i processi di Management Review e Gap Analysis delle competenze professionali, che si applicano uniformemente a livello di Gruppo.

La valutazione della prestazione avviene con strumenti specifici secondo le responsabilità del dipendente e della posizione ricoperta in azienda. In particolare:

- › per il top e middle management, la valutazione della prestazione è basata sia su obiettivi qualitativi che quantitativi ad orizzonte annuale definiti nell'ambito di un sistema premiante;
- › per gli impiegati, la valutazione della prestazione è qualitativa e basata sui risultati complessivi raggiunti durante l'anno precedente.

In entrambi i casi, la valutazione delle prestazioni incide sia sui percorsi di sviluppo e carriera, sia sul rewarding (vedi par. "politiche di rewarding").

Nel corso del 2014 è stato consolidato a livello di Gruppo l'Evaluation Management System, un processo standard di valutazione per tutta la popolazione impiegatizia e manageriale, supportato da strumenti informativi (SAP HR e Success Factors) che permettono la gestione in tempo reale di tutte le valutazioni al fine dello sviluppo del capitale umano.

Area geografica	Italia	EMEA&Americas (Italia esclusa)	Asia Pacific 2W	India
Dirigenti (Executives e Senior Manager)	100%	100%	100%	100%
Quadri (Manager)	98%	89%	100%	100%
Impiegati (White Collars)	100%	95%	100%	100%
Operai (Blue Collars)	n.a.	n.a.	100%	n.a.

Percentuale della popolazione aziendale che ha ricevuto valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera nel 2014¹⁷.

17_ Nella definizione di tale indicatore sono stati considerati tutti i dipendenti che hanno lavorato almeno sei mesi nel corso dell'anno e non sono in uscita dalla società prima di sei mesi dal momento della valutazione.

Il candidato in fase di selezione riceve due tipologie di valutazione per la specifica posizione aperta: una sulle competenze manageriali previste dal modello Piaggio a cura di HR ed una sulle competenze professionali previste dal sistema Piaggio, a cura del manager di linea. Questa metodologia di valutazione e il flusso autorizzativo delle singole ricerche sono oggi totalmente integrate in SAP attraverso il modulo SAP Recruiting.

I percorsi di sviluppo

Gli strumenti di sviluppo hanno l'obiettivo di costruire e migliorare continuamente le competenze manageriali e professionali previste dai rispettivi modelli, valorizzando nel contempo le potenzialità e valutando e premiando le performance eccellenti. Il set di strumenti previsti da Piaggio comprende:

- › piani di sviluppo, che esplicitano le azioni di crescita previste per il dipendente;
- › job rotation e partecipazione a progetti strategici o internazionali;
- › formazione manageriale e professionale (vedi par. "formazione");
- › Piaggio Way - programma di gestione dei talenti (vedi par. "gestione talenti").

Nel corso del 2014 si sono consolidate le azioni di sviluppo mirate a rafforzare l'internazionalizzazione dell'Azienda.

I percorsi di carriera

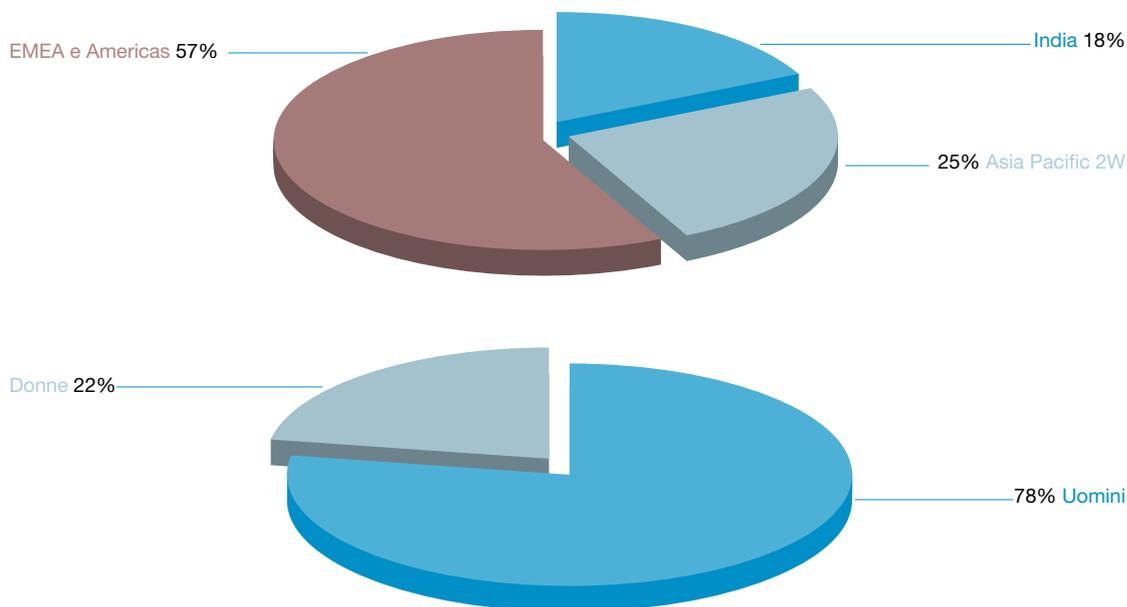
Per le risorse di valore sono disegnati percorsi di carriera manageriale e professionale che mirano a presidiare le posizioni chiave per il mantenimento e lo sviluppo del know-how strategico e tecnologico nel Gruppo a livello internazionale. Nel 2014 sono stati consolidati a tale riguardo gli strumenti per il presidio e la gestione dei piani di successione sulle posizioni chiave di Gruppo.

Gestione Talenti: il Programma Piaggio Way

Il programma di gestione dei talenti Piaggio Way rientra tra gli strumenti di sviluppo adottati dal Gruppo. E' rivolto ai dipendenti che dimostrano alta potenzialità, forte passione per il lavoro e coraggio nel percorrere strade nuove, al fine di individuare e garantire un percorso di crescita alle risorse maggiormente meritevoli. È stato lanciato nel 2010 e da allora sono state svolte tre sessioni di assessment, coinvolgendo in tutto 193 dipendenti di tutte le società e aree geografiche del Gruppo (52% EMEA, 31% India, 17% Asia Pacific).

Attualmente, il pool talenti di Gruppo è composto da circa 70 dipendenti. Piaggio Way vanta una comunità di 34 alunni che hanno concluso il loro percorso di sviluppo e che rimangono parte attiva del programma.

Distribuzione geografica talenti e ripartizione per genere al 31 dicembre 2014



Nel corso del 2014 il programma è stato consolidato nei vari Paesi in cui il Gruppo è presente con un'ampia partecipazione di talenti di nazionalità asiatica.

Il programma, della durata massima di quattro anni, è caratterizzato da:

- › alta selettività sia nell'inserimento che nella permanenza;
- › massimo focus su competenze manageriali e performance;
- › accelerazione verso lo sviluppo delle competenze gestionali e l'internazionalizzazione.

I talenti inseriti nel programma hanno la possibilità di accedere a percorsi di sviluppo accelerato, che si compongono di:

- › job rotation;
- › progetti strategici ed internazionali;
- › eventi con il coinvolgimento del Top Management;
- › coaching;
- › formazione personalizzata.

L'appartenenza al programma è verificata annualmente tramite un processo strutturato di Talent Review con la partecipazione del Top Management Piaggio.

Formazione

Il dato complessivo di ore di formazione erogate nel Gruppo è in crescita rispetto agli anni precedenti.

Il mix di tipologie formative rispetto al 2013 risulta diverso, facendo registrare un forte incremento delle ore dedicate alla formazione tecnico / professionale e un dato quasi doppio per le ore dedicate alla formazione linguistica.

Il dato sulla formazione linguistica è fortemente influenzato dalle attività italiane, che da sole rappresentano il 79% del totale ore dedicate all'insegnamento delle Lingue nell'ambito del Gruppo. Risultano ridotte invece le ore di formazione su temi di Salute e Ambiente. Il dato del 2013 aveva infatti positivamente risentito di una vasta campagna effettuata sull'Italia.

L'India, nello specifico cluster della formazione tecnico-professionale, ha fatto registrare vaste campagne sui temi di Management della Qualità, Project Management e Lean Management.

Area Tematica	2014*				2013*			
	Emea Americas	India	Asia Pacific	Totale	Emea Americas	India	Asia Pacific	Totale
Formazione manageriale	5.542	18.440	2.472	26.454	6.237	22.713	2.814	31.764
Formazione tecnico – professionale	16.204	37.496	964	54.664	14.456	12.165	1.042	27.663
Formazione linguistica	8.707	136	1.993	10.836	5.022	-	926	5.948
Formazione Sicurezza e Ambiente	3.763	5.870	6.147	15.780	21.944	9.047	5.211	36.202
TOTALE	34.216	61.942	11.576	107.734	47.659	43.925	9.993	101.577

Ore di formazione per area di intervento

* Il dato non considera le ore di formazione on the job

Categoria Professionale	2014*	2013*
Dirigenti	666	2.058
Quadri	10.909	12.307
Impiegati	56.107	43.225
Operai	30.195	43.411
Lavoratori a Progetto	9.857	576
Totale	107.734	101.577
Totale pro-capite	14,3	13,2

Ore di formazione per categoria professionale

* Il dato non considera le ore di formazione on the job

Ore di formazione
per genere 2014

I dati relativi alle ore di formazione per categoria professionale riportano un sostanziale incremento per la categoria Impiegati principalmente causata dalla maggiore quantità di formazione tecnico- professionale erogata.

Area Tematica	2014			2013		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Formazione manageriale	24.113	2.341	26.454	29.169	2.595	31.764
Formazione tecnico – professionale	50.555	4.109	54.664	24.684	2.979	27.663
Formazione linguistica	7.818	3.018	10.836	4.215	1.733	5.948
Formazione Sicurezza e Ambiente	14.994	786	15.780	29.316	6.886	36.202
TOTALE	97.481	10.253	107.734	87.384	14.193	101.577

I dati relativi alle ore di Formazione per genere riportano una flessione nel dato relativo alle donne nel cluster Sicurezza e Ambiente dovuto principalmente alla forte incidenza che su questo cluster ha avuto una campagna specifica svoltasi nel 2013 e non ripetuta (perché non previsto dalla vigente normativa italiana) nel 2014.

Crescono invece, rispetto al 2013, e non di poco, le ore erogate alla popolazione femminile sia nel caso della formazione tecnico-professionale sia nel caso della formazione linguistica.

Politiche di rewarding

Le politiche di rewarding mirano a remunerare le persone e il loro contributo secondo criteri di competitività, di equità e di meritocrazia che vengono condivisi con trasparenza nei processi di valutazione (vedi par. “Sviluppo del capitale umano”).

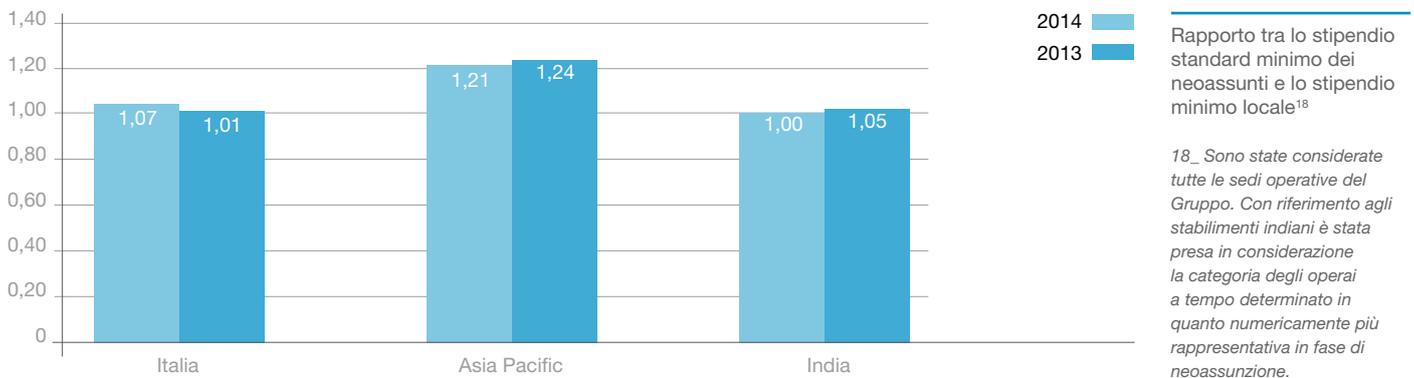
Il sistema di rewarding di Gruppo è differenziato per le diverse popolazioni aziendali e comprende una componente retributiva fissa e sistemi di incentivazione variabile per obiettivi e benefit. In particolare, strumenti specifici di rewarding sono previsti per:

- › executive;
- › manager;
- › professional;
- › neo laureati;
- › partecipanti ai programmi dedicati ai talenti.

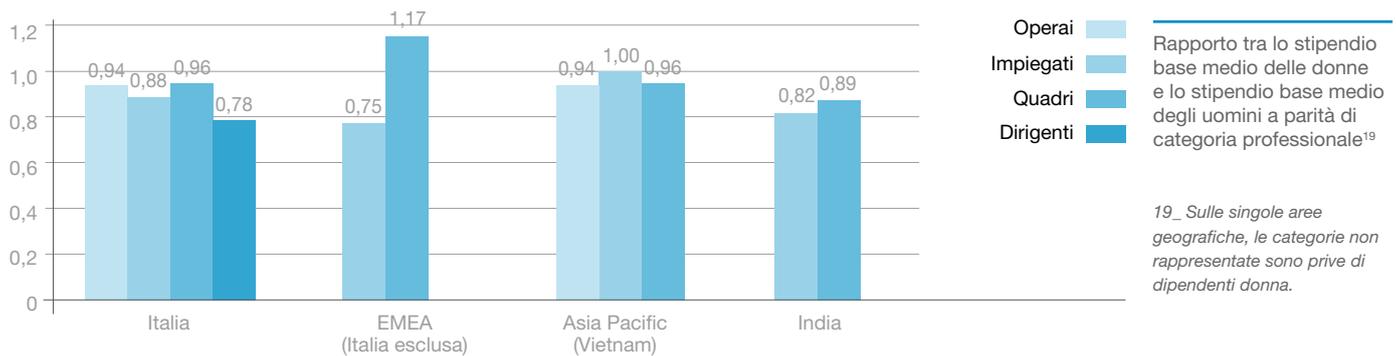
Retribuzione

Piaggio offre alle persone in inserimento e ai propri dipendenti un pacchetto retributivo in linea con le migliori pratiche di mercato. Per questo motivo, Piaggio ha adottato un processo di salary review così articolato:

- › raffronto delle retribuzioni con i benchmark di mercato, coerentemente con il posizionamento dell’azienda nel suo complesso e con la valutazione delle singole posizioni organizzative periodicamente riviste, effettuata con l’impiego di metodologie riconosciute internazionalmente e con il supporto di società specializzate e leader del settore;
- › definizione di linee guida per gli interventi di salary review, coerenti con i risultati aziendali ed improntate su criteri di meritocrazia, di competitività, di equità interna e sostenibilità;
- › individuazione puntuale degli interventi retributivi fissi e variabili, coerentemente con le linee guida definite, con le logiche meritocratiche e con le esigenze di retention per le risorse strategiche per il business.



Piaggio adotta sistemi di selezione, sviluppo e retribuzione del personale che riconoscono e premiano il merito e la performance. Qualsiasi forma di discriminazione è esplicitamente vietata dal Codice Etico. Dalle analisi interne svolte a livello di singolo paese di attività di Piaggio non sono state rilevate differenze significative tra lo stipendio base e la remunerazione degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria, esperienza e compiti assegnati.



Sistemi di incentivazione per obiettivi

Il raggiungimento di risultati eccellenti su obiettivi stabiliti dall'azienda è premiato tramite sistemi di incentivazione variabile focalizzati su obiettivi qualitativi e quantitativi coerenti con il business, nonché sull'efficienza interna di ogni area di responsabilità. In particolare Piaggio offre i sistemi di:

- › MBO per executive;
- › Performance Management per manager e partecipanti al programma talenti;
- › Incentivazione commerciale per la forza vendita nei quali l'entità del premio viene stabilita in base al raggiungimento di un set di obiettivi quantitativi e qualitativi.

L'intero processo di assegnazione degli obiettivi e consuntivazione dei risultati è condiviso con il dipendente secondo criteri di oggettività.

Benefit

Piaggio offre un pacchetto di benefit in linea con le migliori pratiche di mercato locali e segmentato secondo logiche organizzative, che comprende ad esempio:

- › auto aziendale;
- › assistenza sanitaria integrativa;
- › centro medico aziendale sulle diverse sedi;
- › convenzioni con enti locali e strutture di interesse per i dipendenti.

I benefit sono previsti indifferentemente per i lavoratori a tempo pieno, part-time e a termine.

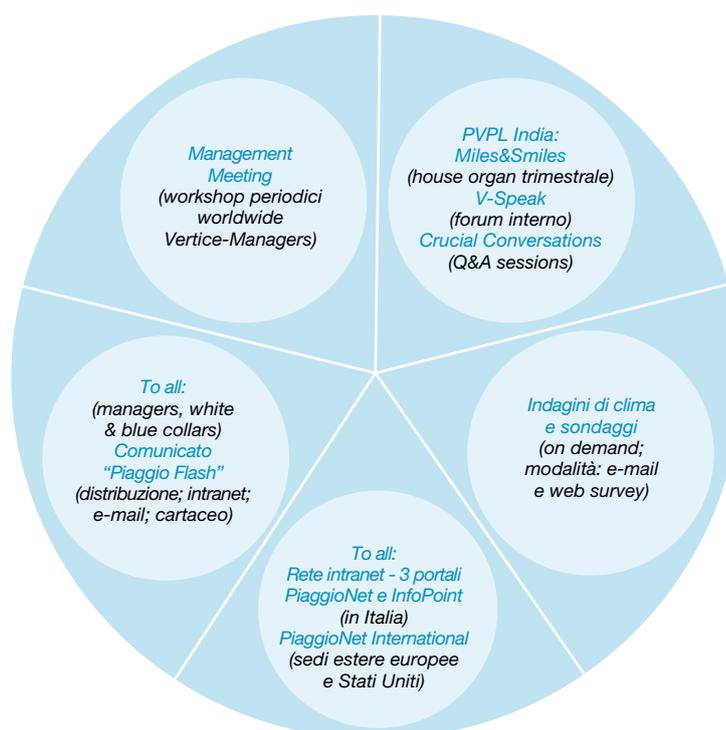
Coinvolgimento e dialogo con il personale

La Politica di Comunicazione interna del Gruppo Piaggio mira ad informare i dipendenti circa l'andamento e le prospettive del business di riferimento e ad avvicinarli alle strategie del vertice aziendale.

Il sistema è fondato sulla convinzione che la condivisione degli obiettivi strategici da parte di ogni singolo dipendente sia un fattore critico di successo.

In tale ottica Piaggio dispone di diversi strumenti di comunicazione e informazione che rispettano ed esaltano le varie realtà socio-culturali che compongono il Gruppo.

Set strumenti di comunicazione interna del Gruppo Piaggio (Visione d'insieme)



Strumenti di comunicazione e d'informazione aziendale:

- › Rete Intranet Aziendale "PiaggioNet" (Italia): il portale offre informazioni (quotidiano online di news aziendali e d'attualità, anche inviate dai dipendenti delle sedi italiane ed estere) e servizi per il personale (ad esempio: gestione presenze e trasferte, disposizioni organizzative e manuali operativi, cedolino paga online, mercatino dei dipendenti, listini veicoli e merchandising, comunicati stampa istituzionali e di prodotto, photogallery gamme ed eventi, rassegna stampa quotidiana, ecc.). Nel 2014 il portale intranet PiaggioNet è stato implementato con la nuova sezione Piaggio Welfare dove sono disponibili informazioni e documenti utili relativi a sei aree tematiche – Salute, Assistenza Sanitaria Integrativa, Spazio Family, Ristorazione Aziendale, Convenzioni, Previdenza Integrativa – che tutti insieme concorrono a favorire il "benessere" dei dipendenti, con positivi riflessi anche per le loro famiglie. La nuova area offre una panoramica completa e sistematica per favorire una più rapida ed efficace consultazione ed è periodicamente aggiornata e arricchita con nuovi contenuti. Nel 2014 nel portale intranet di Gruppo sono state pubblicate 343 news in home page, che hanno registrato un totale di 156.848 visualizzazioni (totale lettori di entrambi i portali: PiaggioNet e InfoPoint).
- › Piaggio "InfoPoint" (Italia): postazioni web dislocate negli stabilimenti italiani del Gruppo Piaggio, accessibili dagli operai tramite badge aziendale, per permettere loro di accedere alla rete intranet ed usufruire dei servizi offerti (lettura news, check bollature, mercatino dipendenti, listini veicoli e

merchandising, comunicati stampa istituzionali e di prodotto, invio messaggi ai referenti aziendali tramite servizio Web Mail, ecc.). Le news informative pubblicate in home page di PiaggioNet sono ugualmente pubblicate nella home page delle postazioni InfoPoint: l'attualità aziendale è dunque diffusa in tutta l'organizzazione e resa accessibile a tutta la popolazione aziendale (managers, white e blue collars).

- › PiaggioNet International (sedi estere): i contenuti delle sezioni e le news sono pubblicate in inglese, specificatamente selezionate e destinate al pubblico dei dipendenti delle sedi europee del Gruppo e degli Stati Uniti, con estensione nelle sedi Asiatiche. Nel 2014 sono state pubblicate in home page della versione international del portale intranet 134 news, che hanno registrato 1.955 visualizzazioni.
- › Servizio Web Mail (Italia): sistema di messaggistica interna per promuovere la comunicazione bottom-up tra i dipendenti e il Vertice Aziendale. I dipendenti Piaggio possono inviare messaggi ai Responsabili delle Funzioni e ricevere risposta attraverso la casella Web "personale".
- › PiaggioFlash (Italia): comunicato periodico diffuso nelle sedi italiane del Gruppo Piaggio (in formato cartaceo, inviato via e-mail e pubblicato in intranet in formato elettronico, dove rimane archiviato); informa su promozioni e offerte (interne su veicoli e merchandising, e convenzioni con aziende esterne) riservate ai dipendenti. Nel 2014 sono stati pubblicati 6 comunicati.
- › "Comunicati Aziendali" di tipo informativo, di servizio e di regolamentazione della vita aziendale (Italia), pubblicati nei portali intranet dalla Direzione Personale e Organizzazione (nel 2014 sono stati diffusi 36 comunicati, che hanno registrato 20.847 accessi totali); tali comunicati sono anche affissi nelle bacheche aziendali.
- › V-Speak (India): forum interno dedicato ai dipendenti.
- › PVPL E – Care (India): piattaforma on line sulla quale alcuni consulenti esterni, garantendo la riservatezza del dipendente, rispondono su varie problematiche attinenti la vita personale dei dipendenti e dei loro familiari.

Relazioni industriali

Il Gruppo Piaggio riconosce il ruolo delle Organizzazioni Sindacali e delle rappresentanze dei lavoratori e conferma la volontà di realizzare con esse un rapporto improntato all'attenzione, al dialogo ed alla ricerca dell'intesa; la verifica ed il continuo confronto sono infatti ritenuti elementi fondamentali per far emergere le migliori soluzioni rispetto alle specifiche esigenze aziendali.

La Politica di Relazioni Industriali del Gruppo Piaggio si basa, pertanto, sul coinvolgimento dei lavoratori e delle loro rappresentanze nel perseguimento degli obiettivi aziendali, ed è improntata al continuo dialogo e alla partecipazione. Le soluzioni e i comportamenti adottati nei diversi Paesi in cui il Gruppo opera si muovono in sintonia con il contesto sociale ed istituzionale, ma sempre coerenti con i principi di fondo e le esigenze complessive del Gruppo.

Italia

Nel corso del 2014, con particolare riferimento all'Italia, il dialogo ed il confronto con le Organizzazioni Sindacali e con le rappresentanze dei lavoratori sono proseguiti con l'obiettivo di cercare soluzioni condivise per rispondere alla situazione di crisi del mercato e per gestire le conseguenze sui lavoratori. La negoziazione collettiva ha consentito di individuare strumenti gestionali condivisi, adeguati ad affrontare il periodo di crisi del settore salvaguardando le competenze presenti in Azienda, evitandone dunque la dispersione e favorendone il riutilizzo.

In particolare il 2014 è stato caratterizzato, nonostante alcuni segnali di ripresa avvenuti nei primi mesi dell'anno, da un'ulteriore contrazione del mercato 2 Ruote rispetto all'anno precedente. Nell'intero anno 2014, il mercato italiano nel suo complesso (moto e scooter "targati" più veicoli 50cc) ha registrato 182,8 mila veicoli venduti pari al -1,0% rispetto al 2013. Da evidenziare che tale contrazione fa seguito ad un quinquennio di continua decrescita del mercato delle 2 Ruote.

Tale ulteriore flessione del mercato ha avuto un impatto negativo sui volumi produttivi e sulle attività di staff nei diversi siti produttivi. Per questo motivo nel corso del 2014, sempre nell'ottica di un sistema di relazioni industriali improntate alla collaborazione ed alla partecipazione, per tutti i siti produttivi in Italia sono state affrontate con le OOSS territoriali le tematiche relative al contesto di crisi economica e finanziaria dei mercati, il conseguente impatto sui volumi produttivi e le problematiche connesse.

Per quanto riguarda il sito di Pontedera, nel mese di gennaio 2014 è stato siglato un accordo sindacale con cui è stato prorogato il Contratto di Solidarietà per un altro anno (febbraio 2014 – febbraio 2015), per i dipendenti addetti alle attività produttive collegate ai Veicoli Commerciali e per i dipendenti (Operai, Impiegati, Quadri) delle attività tecnico, amministrative e di staff. Per la restante parte dei dipendenti, ovvero gli addetti alle attività produttive dei Veicoli a 2 ruote (sia motori che veicolo), era già stato concordato il ricorso al Contratto di Solidarietà da dicembre 2013 fino a luglio 2014.

Ad aprile 2014, a fronte dei segnali di ripresa delle vendite dei veicoli moto e scooter, registrati in vari mercati europei e in parte anche in Italia, è stato siglato un accordo sindacale con cui si è convenuto di interrompere il ricorso alla Solidarietà nei reparti Motori e Veicoli 2 ruote, sospendere la solidarietà nei reparti Veicoli Commerciali ed assumere con contratto di somministrazione oltre 100 operai per 3 mesi.

A partire da luglio 2014, un importante calo di mercato registrato in controtendenza al primo semestre, ha vanificato i segnali positivi di crescita dell'anno. Si è reso pertanto necessario da un lato, la ripresa dell'utilizzo del Contratto di Solidarietà a partire da settembre 2014 nell'area di produzione del Veicoli Commerciali e, dall'altro lato, il raggiungimento di una nuova intesa negoziale che da novembre 2014 ha ripristinato il Contratto di Solidarietà per un anno (novembre 2014 – novembre 2015), per i dipendenti addetti alle attività produttive delle aree di produzione Meccanica e Montaggio Motori oltre che all'area di produzione Veicoli 2 Ruote.

Per le unità di Noale e Scorzè, nel mese di gennaio 2014 è stato definito un nuovo accordo sindacale con cui le parti hanno confermato la necessità di un'azione di riequilibrio dei costi e di ridimensionamento degli organici in relazione ad un mercato complessivamente ridotto, oltre ad un recupero di efficienza e produttività della struttura tecnica; nel contempo l'Azienda si è impegnata a proseguire nei piani di innovazione e sviluppo prodotto, nelle competizioni motociclistiche e nello sviluppo commerciale.

Per la sede di Noale si è proseguito nella razionalizzazione delle attività di staff e nel ridimensionamento degli organici complessivi attraverso una nuova procedura di mobilità per n. 25 unità. Inoltre è stato protratto, per tutto l'anno 2014, il ricorso al Contratto di Solidarietà consentendo di adeguare i volumi delle prestazioni alle attività richieste.

Per lo stabilimento di Scorzè, con accordo siglato a gennaio 2014, è stata confermata la missione produttiva, sostenuta anche dalle produzioni dei veicoli Derbi trasferite dallo stabilimento spagnolo di Martorelles definitivamente chiuso. Tenuto conto della costante flessione degli ordini e dei conseguenti programmi produttivi, si è proseguito nel ridimensionamento degli organici attraverso una procedura di mobilità per 100 unità. Nel contempo, esaurito nel corso del 2014 l'ammortizzatore sociale dei Contratti di Solidarietà, si è fatto ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni Ordinaria per far fronte al calo inaspettato dei volumi di lavoro.

Infine a dicembre 2014, sempre per lo stabilimento di Scorzè, è stato definito un nuovo accordo sindacale con cui le parti hanno confermato l'impianto del precedente accordo di gennaio 2014 e previsto a partire dal 1° febbraio 2015 il ricorso al Contratto di Solidarietà e la prosecuzione del ridimensionamento degli organici complessivi attraverso una nuova procedura di mobilità per n. 80 unità.

Per quanto riguarda il sito produttivo di Mandello del Lario, si è fatto fronte ai picchi produttivi attraverso il coinvolgimento di dipendenti provenienti da altre unità produttive e con il ricorso ai contratti di somministrazione.

Riportiamo di seguito la tabella riepilogativa dell'iscrizione alle diverse organizzazioni sindacali nelle sedi italiane (2012 – 2014):

	2014			2013			2012		
	Pontedera	Noale e Scorzé	Mandello del Lario	Pontedera	Noale e Scorzé	Mandello del Lario	Pontedera	Noale e Scorzé	Mandello del Lario
FIOM	373	145	42	363	153	44	354	157	42
UILM	330	1	2	318	1	2	310	1	2
FIM	354	128	24	352	135	24	354	131	26
UGL	19	0	0	66	0	0	139	0	0
CGIL/CISL/UIL	2	0	0	2	0	0	2	0	0
Totale iscritti	1.078	274	68	1.101	289	70	1.159	289	70
	36,8%	48,3%	65,4%	37,1%	48,1%	68,0%	38,6%	45,7%	66,0%

Per quanto riguarda, infine, **il fenomeno della conflittualità aziendale**, il trend degli scioperi nel 2014 si è concentrato prevalentemente nell'ambito del sito di Pontedera e, pur rimanendo con valori relativamente bassi, ha registrato un aumento del numero di ore perse a tale titolo rispetto all'anno precedente. Di seguito la tabella riepilogativa delle ore perse per sciopero nel 2014 nelle diverse sedi aziendali, con focus sul fenomeno della microconflittualità:

		2014	2013
N° ORE PERSE PER SCIOPERO	Generali/di categoria	2.094	1.622
	Aziendali	15.992	8.643
	TOTALE	18.086	10.265
% ORE PERSE rispetto a ORE LAVORATE	Generali/di categoria	0,10%	0,08%
	Aziendali	0,78%	0,42%
	di cui Pontedera rispetto a ore lavorate a Pontedera	0,90%	0,52%
	TOTALE	0,88%	0,50%
N° GIORNATE PERSE PER SCIOPERO	Generali/di categoria	262	203
	Aziendali	1.999	1.080
	TOTALE	2.261	1.283

A livello italiano è presente altresì **un articolato quadro di valorizzazione del welfare aziendale**, con un sistema di prestazioni finalizzate ad incrementare il benessere individuale e familiare dei dipendenti sotto il profilo economico e sociale.

In particolare, per le sedi Pontedera, Roma e Milano, è stata istituita con accordo sindacale a partire dal 1° gennaio 2011 una forma integrativa al Servizio Sanitario Nazionale che tiene conto delle innovazioni legislative e fiscali e si basa sui seguenti punti:

- › contribuzione annua di euro 120 a carico dell'Azienda per ogni dipendente che volontariamente aderisce;
- › contribuzione annua di euro 40 a carico del dipendente che aderisce;
- › possibilità di estensione al nucleo familiare con contributo a carico del dipendente.

Le caratteristiche, le modalità di funzionamento e di adesione, e la tipologia delle prestazioni sono state definite nell'ambito di un gruppo di lavoro composto da rappresentanti sindacali ed aziendali.

Analogo sistema è presente con riferimento alla sede di Mandello del Lario. Si basa sul contributo di Azienda e dipendente e prevede prestazioni e contributi quali, a titolo esemplificativo, concorso spese per acquisto di medicinali, per visite mediche specialistiche, per cure ortodontiche etc.

In generale, comunque, un accordo sindacale nazionale ha istituito, dalla fine del 2011, un fondo di assistenza sanitaria integrativa (Metasalute) per il comparto metalmeccanico cui l'Azienda ha provveduto a versare la quota di finanziamento già a partire dal 2012. L'adesione al piano è su base volontaria ed è diventata operativa nel 2013.

A Pontedera è altresì presente una **convenzione per il sostegno all'infanzia** (basata su un accordo sindacale) tra la Società e l'Unione Comuni della Valdera (che raggruppa 13 Comuni e 32 asili nido) e che prevede un contributo mensile di 160 o 120 euro, a seconda della permanenza superiore o inferiore a 4 ore giornaliere, sulla retta applicata dall'asilo per i dipendenti che inseriscono nelle strutture convenzionate figli fino a 3 anni di età.

Sono inoltre presenti delle **agevolazioni/servizi legate alla salute** dei dipendenti:

- › a Pontedera, presso il Centro medico aziendale, sono a disposizione dei dipendenti 5 medici specialisti (oculista, ortopedico, pneumologo, dermatologo, otorinolaringoiatra) per l'effettuazione di visite specialistiche in orario di lavoro;
- › a Noale/Scorzè e Mandello del Lario sono previsti per tutti i dipendenti dei permessi retribuiti per visite specialistiche esterne all'Azienda e per analisi cliniche.

Inoltre in tutte le sedi è possibile effettuare gratuitamente le vaccinazioni.

Infine, viene organizzato annualmente in occasione delle feste natalizie **un evento che coinvolge tutti i dipendenti delle sedi italiane** con figli di età compresa tra 0 e 10 anni, che prevede anche la consegna di regali ai bambini.

Vietnam

Piaggio Vietnam sin dalla sua nascita, in linea con le policy del Gruppo Piaggio, ha impostato il rapporto con le organizzazioni sindacali in termini collaborativi e partecipativi, con l'obiettivo finale di migliorare il clima aziendale ed il senso di appartenenza di tutti i collaboratori all'Azienda. In tale ambito le funzioni delle rappresentanze sindacali a livello aziendale (individuate nell'ambito di un Company Trade Union Committee) sono di tutela dei dipendenti, di assistenza ai dipendenti per la comprensione di alcuni aspetti legati alla normativa del lavoro e alle politiche aziendali, oltre che supportare in termini economici alcune iniziative aziendali a favore dei dipendenti.

In particolare il Trade Union Committee attualmente in carica, eletto a febbraio 2014 e costituito da 15 membri che dureranno in carica 5 anni, si è distinto nel corso del 2014 per aver sponsorizzato e sostenuto insieme all'Azienda una serie di eventi finalizzati a migliorare il clima motivazionale dei dipendenti. Riportiamo di seguito i principali eventi:

- › **“Nutrition Day”** per i figli dei dipendenti: nel mese di giugno, medici specializzati in pediatria sono stati a disposizione dei dipendenti per fornire consigli sull'alimentazione e sullo stato di salute dei propri figli. All'evento, della durata di mezza giornata, hanno partecipato circa 200 bambini, soprattutto figli di operai. In particolare i bambini, intrattenuti con giochi, animazione e piccoli regali, sono stati visitati da 20 “National Nutrition Doctor”;
- › **“Piaggio Vietnam Summer Vacation”** della durata di 3 giorni nel mese di agosto, durante i quali i dipendenti con le famiglie hanno ricevuto un contributo per trascorrere 3 giorni di ferie presso una località individuata da Azienda e sindacato;
- › in occasione dell' International Women Day (Marzo), è stato organizzato l' **“Excellent Female Trade Union Member”** finalizzato a premiare 10 dipendenti donne che si sono particolarmente distinte nel corso dell'ultimo anno per i risultati raggiunti, il commitment ed il rispetto delle policy e procedure aziendali.

Da segnalare che, a partire dal 1° gennaio 2014, il governo del Vietnam ha incrementato il minimo salariale della provincia di Vinh Phuc dove ha sede Piaggio Vietnam da 2,1 milioni di Dong a 2,4 milioni di Dong. Piaggio Vietnam ha rivisto le politiche salariali al fine di continuare ad essere competitiva sul mercato del lavoro. Sempre nel corso del 2014 il Governo vietnamita ha rivisto le normative relative alla maternità (estensione del periodo di maternità obbligatoria da 4 a 6 mesi) e del periodo di ferie obbligatorie durante

il capodanno cinese (Tet) (da 4 a 5 giorni). Per il 2015 il Governo vietnamita sta considerando un nuovo incremento dei minimi salariali.

Nel corso del 2014 non si sono registrati casi di sciopero.

India

La consociata indiana da sempre ha impostato il rapporto con i Sindacati in modo collaborativo e basato sul costante dialogo e confronto. Sindacati e Azienda riconoscono che è nel reciproco interesse degli operai e della Società garantire e perseguire una maggiore produttività, un'elevata qualità dei prodotti così come garantire un ottimo funzionamento dei processi operativi di fabbrica, il tutto per rimanere competitivi nel settore automotive.

In India i sindacati sono strutturati su due livelli, un livello aziendale ed un altro territoriale/di area; tale struttura si replica anche nella consociata indiana ove il sistema sindacale fa riferimento ad un comitato sindacale aziendale composto dai rappresentanti dei lavoratori di Piaggio, e ad un comitato centrale del sindacato, che di fatto è il livello gerarchico più alto, i cui membri sono decisi dal sindacato. Attualmente il comitato sindacale aziendale (nominato a dicembre 2014 e con durata in carica annuale) è composto da 10 membri.

Nella consociata indiana è presente un contratto aziendale collettivo, sottoscritto a luglio 2013 e di durata quadriennale.

Nel 2014 le principali attività in ambito relazioni industriali si sono concentrate su:

- › mantenimento e raggiungimento dei livelli di produttività degli Operai come stabilito nell'accordo di luglio 2013. Come previsto dall'accordo, si sono stabiliti dei livelli di manodopera in funzione di indicatori di produttività collegati ai vari livelli di produzione;
- › implementazione del modello di manodopera temporanea flessibile. La presenza di Operai a tempo determinato è collegata ai volumi produttivi secondo ratio prestabilite;
- › mantenimento e miglioramento di un rapporto positivo e collaborativo con lavoratori e sindacati;
- › garanzia del pieno rispetto della normativa in materia giuslavoristica anche in virtù delle nuove normative governative (ad esempio in materia di Provident Fund Act, Minimum Wages Act, Apprentice Act, etc.);
- › coinvolgimento dei lavoratori per migliorare il clima aziendale e dunque la motivazione degli stessi dipendenti. In linea con questo approccio Piaggio ha svolto numerose attività di coinvolgimento dei propri dipendenti, tra cui ricordiamo pic-nic in famiglia, competizioni sportive, premi per i bambini che si sono particolarmente distinti in ambito scolastico.

Sicurezza e Medicina del lavoro²⁰

Per il Gruppo Piaggio la tutela ed il miglioramento della sicurezza e della salute dei lavoratori è parte integrante della propria attività e rappresenta un impegno strategico rispetto agli obiettivi più generali dell'azienda. Tale principio è valido ed applicato in tutti i Paesi dove il Gruppo Piaggio opera. In particolare, il Gruppo ha intrapreso azioni concrete finalizzate a consentire:

- › un'evoluzione continua per un lavoro più sicuro: tutti gli aspetti relativi alla sicurezza dell'ambiente di lavoro ed i relativi strumenti necessari allo svolgimento delle attività quotidiane sono considerati fin dalle fasi di definizione delle nuove attività, o nella revisione di quelle esistenti;
- › comportamenti più sicuri: tutti i lavoratori sono formati, informati e sensibilizzati per svolgere i loro compiti in sicurezza e per assumere le loro responsabilità in materia di Salute e Sicurezza sul Lavoro; la struttura aziendale partecipa, secondo le proprie attribuzioni e competenze, al raggiungimento degli obiettivi di sicurezza assegnati.

L'attività di prevenzione e protezione della salute dei lavoratori all'interno di un contesto complesso quale quello industriale del Gruppo Piaggio, sia in Italia che all'estero, può infatti realizzarsi soltanto attraverso una organizzazione adeguatamente strutturata con il preciso scopo di ampliare quanto più possibile la

²⁰ Si segnala che nei paragrafi successivi sono riportati gli indici infortunistici degli stabilimenti produttivi.

“cultura” della sicurezza in Azienda. Pertanto la convinzione che la prevenzione della sicurezza deve orientare i comportamenti e le operazioni quotidiane è, ad oggi, diffusa a tutti i livelli; tale approccio ha portato il Gruppo Piaggio ad adottare standard sulla gestione della sicurezza molto simili in tutti i Paesi in cui opera a prescindere dalla presenza di vincoli normativi meno severi rispetto agli standard aziendali. In questo modo il Gruppo Piaggio garantisce nei confronti dei propri dipendenti ambienti di lavoro gradevoli e condizioni di lavoro sicure al di là di quanto la legge prescrive come condizioni minime necessarie. In quest’ottica gli stabilimenti in Italia, Vietnam e lo stabilimento Vespa in India risultano dotati di un Sistema Gestionale di Sicurezza e Salute dei Lavoratori certificato OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Management System) da parte di un ente certificatore accreditato.

L’interazione tra le diverse sedi è stata intensificata nel 2014 con l’organizzazione di Workshop tematici sulla Salute & Sicurezza nell’ottica di una progressiva integrazione tra le sedi attraverso condivisione delle best practices, dei piani operativi, allineamento del reporting e degli indicatori di sicurezza (KPIs) . Il Sistema Gestionale di Sicurezza e Salute che è stato implementato dal Gruppo Piaggio prevede un sistema documentale articolato che, partendo dal Manuale sicurezza, dove sono enunciate le politiche emanate dalla Direzione, trova poi concreta attuazione nelle Procedure Gestionali (che coinvolgono l’intera organizzazione aziendale), nelle Procedure Operative (che invece interessano solo alcune strutture aziendali) fino alle Istruzioni di Lavoro che specificano le corrette modalità di esecuzione delle singole operazioni.

In coerenza con quanto definito all’interno del Sistema Gestionale di Sicurezza e Salute, il Gruppo Piaggio ha individuato **la formazione sui temi della sicurezza** come il key driver per diffondere la cultura e stimolare comportamenti di Safety Leadership e per generare impegno nelle persone e orientarne i comportamenti.

Altro aspetto di rilevante importanza nel Gruppo Piaggio è rappresentato dalla **promozione della salute** che viene attuata secondo due principali linee di intervento: campagne diagnostiche gratuite per le persone e campagne informative sugli stili di vita corretti. In ogni stabilimento del Gruppo è presente una struttura sanitaria dedicata alle attività di prevenzione, di sorveglianza e di primo soccorso, con uno specifico organico di personale medico e paramedico adeguato alle necessità di ciascuna sede.

Italia

In coerenza con quanto sopra, anche al fine di garantire il massimo presidio e la corretta presa di responsabilità in materia di Salute e Sicurezza sul lavoro, il Gruppo Piaggio si è dotato, in Italia, in linea con le vigenti leggi in materia, di una struttura organizzativa articolata che vede individuati sei Datori di Lavoro per le diverse aree aziendali, un pool di dirigenti e preposti che presidiano le varie unità organizzative e le varie sedi, avvalendosi del supporto dei Responsabili dei Servizi di Prevenzione e Protezione e dei Medici Competenti. Inoltre è capillare e puntuale la presenza dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza in tutte le aree aziendali.

Negli stabilimenti italiani è stato sviluppato negli ultimi anni un sistema informatizzato della gestione della sicurezza che ha reso trasparente ed esigibile il contenuto delle varie attività aziendali (non solo di attinenza tecnica, ma anche nel campo della sorveglianza sanitaria del personale, prevista dalle vigenti disposizioni di legge) in coerenza con ruoli e responsabilità operative organizzativamente assegnate.

Un esempio di tale aspetto, è rappresentato dalla “segnalazione di una condizione di rischio”, applicazione disponibile sulla Intranet aziendale, mediante la quale i responsabili aziendali segnalano eventuali condizioni di rischio presenti, dando avvio ad un sistema di assegnazione delle problematiche, di valutazione delle azioni di rimedio proposte e di monitoraggio della loro efficacia, tale da garantire una completa ed accurata gestione degli interventi di miglioramento della sicurezza sul lavoro. Lo stesso tool garantisce la gestione dei cosiddetti “near miss”, che rappresentano un elemento fondamentale per prevenire l’insorgere di situazioni pericolose, che possano portare ad infortuni gravi.

Per quanto riguarda l’attività di formazione:

- › in analogia agli anni precedenti, anche nel 2014 è proseguita l’azione di formazione e sensibilizzazione del personale in materia di prevenzione degli infortuni e di salute e sicurezza sul posto di lavoro, con l’erogazione di circa 3.700 ore di formazione. La formazione ha interessato sia personale operaio che impiegatizio;

- › il Gruppo Piaggio ha avviato (oltre alla formazione di base, che è stata erogata a completamento di quanto già effettuato su tutta la popolazione dipendente nel corso del 2013), un piano di formazione per l'utilizzo di alcune attrezzature di lavoro, in linea con le direttive dell'accordo Stato-Regioni, per le quali è richiesta una formazione specifica per l'operatore. Da ricordare in tale ambito la formazione per gli operatori di carrelli elevatori e piattaforme elevatrici mobili;
- › è stata effettuata una sessione formativa specifica per gli addetti che, nel corso del 2014, sono incorsi in incidenti classificati come "comportamentali", cioè derivati da un comportamento non sicuro durante il lavoro. L'obiettivo del corso è stato di migliorare la consapevolezza dei lavoratori dell'importanza dei cosiddetti comportamenti sicuri sul posto di lavoro e come questi impattano sui rischi di infortunio. Il corso si è basato su una didattica attiva, fortemente orientata all'interazione ed al coinvolgimento, ai fini dell'ottimizzazione del processo di apprendimento e di trasferibilità dei contenuti nella realtà professionale, con uso di esercitazioni e casi pratici.

Con riferimento al 2014, sono state effettuate numerose azioni allo scopo di garantire la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro degli stabilimenti italiani:

- › da giugno 2014 a ottobre 2014, periodo di massima produzione, presso il centro medico di Pontedera sono stati impiegati due medici aggiuntivi, al fine di garantire una presenza quasi costante di un medico durante le ore lavorative, nonostante non sia previsto dalle normative vigenti. L'attività di medicina del lavoro a Pontedera si è concretizzata in più di 2.500 check-up (preventivo, routine e non di routine), oltre a test specifici e chimica clinica e prove biologiche;
- › l'unità produttiva di Mandello del Lario è stata dotata di un defibrillatore semiautomatico e 6 dipendenti, selezionati su base volontaria, sono stati appositamente addestrati alla pratica BLS-D dalla Croce Rossa Italiana;
- › nel corso dell'anno sono state inoltre effettuate indagini specifiche al fine di:
 - verificare l'assenza di pericoli legati all'uso di prodotti/sostanze chimiche nel ciclo produttivo;
 - verificare i livelli di rischio legati a fattori come vibrazioni, atmosfere esplosive, rumore interno ed esterno, micro-clima in estate;
- › l'Azienda, inoltre, ha proseguito nell'implementazione delle attività pianificate in collaborazione con la locale USL in merito al tema "Ergonomia del posto di lavoro" finalizzato a stimare il rischio correlato allo sviluppo di patologie degli arti superiori;
- › anche sul tema dell'"oggettivazione del rischio da movimentazione manuale dei carichi", Piaggio ha proseguito anche nel corso del 2014 l'estesa attività di diagnosi delle mansioni/postazioni di lavoro che ricalca quanto già impostato per la problematica legata ai movimenti ripetuti, con l'obiettivo di completare tale attività nel corso dell'anno 2015 su tutte e tre le sedi operative italiane. Le azioni effettuate testimoniano il progredire di una completa attività di miglioramento, anche finalizzata a prevenire l'insorgere di patologie da movimenti ripetitivi degli arti superiori e sollevamento manuale dei carichi.

Nel mese di novembre 2014 si sono svolte, e concluse con esito positivo, le verifiche effettuate dalla Società di Certificazione al fine di poter confermare per Pontedera, Noale-Scorzé e Mandello del Lario, la certificazione BS OHSAS 18001:2007 per il Sistema di Gestione della Sicurezza e della Salute dei Lavoratori, fino al dicembre 2016. Di particolare impatto sulla attività di certificazione sono stati:

- › il trasferimento dello Stabilimento Meccanica 01 all'interno del sito di produzione di Pontedera, che ha richiesto la completa integrazione del nuovo stabilimento agli standard aziendali di Piaggio per quanto attiene al sistema di gestione ambientale e Sicurezza sul lavoro;
- › l'estensione della certificazione al magazzino di Quinto di Treviso.

Per ottenere questo risultato, è stata effettuata nel corso del 2014 una complessa attività di controllo nei luoghi di lavoro da parte di un Team di Audit che ha effettuato nel corso del 2014 circa 50 audit.

L'esito positivo di tali attività, con conseguente mantenimento della certificazione, riconferma la rispondenza del modello di organizzazione e gestione alle novità normative introdotte dall'articolo 30 del Testo Unico in materia di Salute e Sicurezza sul Lavoro (D.Lgs 81/2008).

Per quanto riguarda il dato infortunistico, è da notare che per gli stabilimenti italiani, nel 2014, la media dell'indice di frequenza, calcolato per i tre stabilimenti è inferiore rispetto all'anno precedente, confermando il trend in diminuzione degli ultimi anni. Di seguito la tabella di sintesi per sito produttivo.

Indice di frequenza
infortuni - Italia

Siti Produttivi	2014	2013	2012	2011
Pontedera	2,5	3,0	3,3	3,0
Noale e Scorzè	0,6	0,2	0,9	1,7
Mandello del Lario	1,2	1,1	3,2	3,1

Oltre alla garanzia della salute e sicurezza dei luoghi di lavoro, primaria importanza viene assegnata alla **gestione delle emergenze**. A tal fine per ogni sede in Italia è stato predisposto, come previsto dalla normativa vigente, un piano che include l'analisi dei principali rischi, la definizione delle procedure operative da adottare durante le varie tipologie di emergenza, i ruoli e le azioni che il personale designato e formato deve attuare ed i protocolli di comunicazione. Ovviamente l'efficienza di tale sistema organizzativo viene testato attraverso numerose esercitazioni che coinvolgono estesamente le realtà di Piaggio. A ciò si affianca un articolato equipaggiamento per la rilevazione del fuoco e lo spegnimento di incendi che include rivelatori di fumo, sistemi automatici di estinzione, sirene, estintori, idranti come pure una rete idrica antincendio. Le uscite antincendio, i percorsi di esodo e tutti i sistemi attivi anzidetti sono chiaramente segnalati.

Nel corso del 2013, a seguito di eventi sismici che hanno interessato l'Alta Toscana, è stato aziendalemente costituito un "Comitato di Crisi" allo scopo di gestire l'emergenza terremoto. Nel marzo 2014, è stata finalizzata la collaborazione iniziata nel 2013 da Piaggio con il Comune di Pontedera su modalità e procedure per la gestione congiunta di un'emergenza causata da eventi sismici. Tra i vari aspetti concordati con il Capo della Protezione Civile locale, sono state definite le frequenze radio riservate per la chiamate di emergenza. Questa attività è stata estesa anche allo stabilimento Moto Guzzi di Mandello del Lario e nel giugno 2014, dopo una riunione congiunta tra Piaggio e protezione civile di Mandello, sono stati definite le modalità di evacuazione generale dello stabilimento, i punti di raccolta esterni ed i numeri d'emergenza.

I Centri Medici Aziendali dei siti produttivi italiani presidiano con continuità il servizio di infermeria attraverso personale medico e paramedico; a Pontedera vi è inoltre la presenza di cinque medici specialisti che svolgono attività consulenziale sia per quanto attiene la medicina del lavoro sia che per visite di carattere personale.

Relativamente alle attività di infermeria, il servizio garantisce ai dipendenti:

- › attività di Primo Soccorso e di assistenza medica di emergenza, anche organizzando i necessari rapporti con i servizi pubblici competenti;
- › assistenza sanitaria non di emergenza (ad esempio rilevazioni della pressione arteriosa, effettuazione di esami strumentali dedicati, etc.);
- › campagne sanitarie aziendali di prevenzione, tra cui vaccinazioni antitetaniche e antinfluenzali;
- › accertamenti integrativi per la sorveglianza sanitaria periodica dei lavoratori.

Le visite mediche specialistiche svolte presso il centro medico aziendale di Pontedera riguardano visite dermatologiche, oculistiche, pneumologiche, ortopediche e otorinolaringoiatriche.

Per quanto riguarda l'attività più generale di Medicina del Lavoro, la struttura medica presente presso il Centro Medico di riferimento, oltre a collaborare con le strutture aziendali preposte alla determinazione e valutazione dei rischi ed alla attuazione delle misure rivolte alla tutela della salute dei lavoratori, svolgono anche le seguenti attività:

- › effettuano gli accertamenti sanitari preventivi e periodici;
- › esprimono giudizi di idoneità alla mansione specifica;
- › istituiscono ed aggiornano le cartelle sanitarie e di rischio dei lavoratori sottoposti a sorveglianza sanitaria;

- › forniscono informazioni al lavoratore interessato sugli accertamenti sanitari effettuati e sui loro risultati;
- › partecipano alle consultazioni periodiche in materia di tutela della salute e sicurezza, comunicando i risultati anonimi collettivi ed il loro significato;
- › visitano gli ambienti di lavoro e collaborano nella predisposizione del servizio di pronto soccorso e nell'attività di formazione e informazione riferita alla sorveglianza sanitaria.

Vietnam

In Piaggio Vietnam la salute e la sicurezza dei dipendenti e di tutti coloro che operano all'interno del sistema azienda sono considerati della massima importanza, ne è conferma il principio guida secondo cui la promozione e il mantenimento della sicurezza e salute sul posto di lavoro è una delle responsabilità primaria dei manager. A tal fine, i manager di ogni livello sono chiamati a sviluppare, implementare e monitorare, in collaborazione con i propri collaboratori, il Sistema di Gestione delle Salute e Sicurezza definito dalla struttura di Sicurezza e Medicina del lavoro di Piaggio Vietnam.

L'intera struttura organizzativa di Piaggio Vietnam è dunque parte attiva del sistema di gestione della salute e sicurezza, in particolare:

- › **l'azienda**, intesa come sistema organizzato, ha come obiettivo prioritario il rispetto della legislazione locale, degli standard internazionali in tema di salute e sicurezza e delle policy del Gruppo Piaggio. In tale ambito garantisce il perseguimento degli obiettivi di miglioramento della salute e sicurezza dei lavoratori avvalendosi di una struttura di Sicurezza e Medicina del lavoro;
- › **i responsabili dei singoli reparti** garantiscono che il programma di sicurezza e salute sul lavoro sia sviluppato e attuato efficacemente nelle loro aree di responsabilità, aiutando i propri collaboratori nello svolgimento delle attività di propria competenza;
- › **tutti i manager e supervisor** hanno il compito di fornire e mantenere, un ambiente di lavoro sicuro e privo di rischi per la salute; in tale contesto ogni supervisore adotta misure concrete per garantire che:
 - nell'area di propria competenza i dipendenti siano formati sui temi della salute e sicurezza;
 - i dipendenti siano consultati sulle questioni che riguardano la loro salute e sicurezza;
- › **tutti i dipendenti** cooperano alla realizzazione dei programmi messi in atto per garantire la salute e la sicurezza propria e quella dei propri colleghi. In tale ambito tutti i lavoratori sono formati, informati e resi consapevoli degli aspetti legati alla sicurezza, al fine di adottare comportamenti sicuri sul posto di lavoro;
- › **i fornitori e le ditte esterne** che sono chiamate ad eseguire lavori all'interno dello stabilimento devono, come parte del loro contratto, essere conformi alle politiche di salute e sicurezza sul lavoro, rispettare procedure e programmi di Piaggio Vietnam ed osservare le indicazioni sulla salute e sicurezza che vengono loro fornite preliminarmente in fase di stesura del contratto di appalto o fornitura. Il mancato rispetto di tali indicazioni è considerato una violazione del contratto e motivo sufficiente per la risoluzione dello stesso.

Al fine di attuare efficacemente le disposizioni generali in materia di salute e sicurezza, ogni anno viene definito un programma di attività, basato su piani operativi, che vengono continuamente aggiornati. Il programma riguarda tutti gli aspetti della salute e sicurezza, tra cui:

- › formazione e istruzione dei lavoratori su salute e sicurezza sul lavoro;
- › informazioni sui rischi presenti in azienda per fornitori ed appaltatori;
- › sviluppo di procedure ed istruzioni di lavoro;
- › verifica delle procedure di emergenza tramite simulazione;
- › fornitura di attrezzature di lavoro, servizi e strutture conformi ai requisiti previsti dalla legge e standard internazionali;
- › regolari ispezioni/auditing dei posti di lavoro e conseguente valutazioni su aree di miglioramento;
- › segnalazione, registrazione e analisi degli incidenti, infortuni e malattie.

Da un punto di vista operativo, il Sistema di Gestione delle Salute e Sicurezza, così come stabilito dalle policy di Gruppo, comprende un Manuale di Sicurezza sul Lavoro che delinea le politiche emesse dal top management, che sono implementate in procedure operative che coprono l'intera organizzazione.

In particolare, sono state definite 15 procedure operative che riguardano sia aspetti di sicurezza generali (gestione degli impianti elettrici, antincendio, DPI), che specifici (guida dei carrelli elevatori, informazione

ai fornitori ed appaltatori, etc). Sono inoltre state redatte istruzioni di lavoro che illustrano come ogni singola operazione debba essere effettuata in modo sicuro.

A dicembre 2013 il sistema di Gestione delle Salute e Sicurezza è stato certificato conforme allo standard OHSAS 18001-2007 da un ente certificativo esterno accreditato: tale certificazione è stata confermata a novembre 2014.

Nel 2014 sono pertanto proseguite in Piaggio Vietnam le azioni di miglioramento previste per sviluppare ulteriormente la consapevolezza della sicurezza sui luoghi di lavoro. A tal fine è stato istituito un Comitato per la Sicurezza che coinvolge tutti i membri di funzioni e presieduto dal responsabile di produzione. I membri del Comitato sono responsabili della gestione di qualsiasi problema di sicurezza presente nella funzione di rispettiva responsabilità e delle azioni correttive da intraprendere. Devono inoltre effettuare periodicamente degli audit di controllo sull'intero sito e riportare al Comitato ogni aspetto rilevante ai fini della sicurezza in modo da intraprendere le tempestive azioni correttive.

Coerentemente con il sistema di Gestione delle Salute e Sicurezza, durante il 2014, è stata condotta una intensa attività di formazione sia su aspetti comportamentali che di tipo specialistico per un totale di circa 6.150 ore, che rappresentano un notevole incremento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Lo scopo della formazione di tipo comportamentale è stato quello di favorire una maggiore consapevolezza della sicurezza e far sì che ogni dipendente possa interpretare il tema della sicurezza da protagonista. Nell'ambito della formazione specialistica, tra le diverse iniziative, ricordiamo la sessione di formazione per la squadra dei collaudatori su strada del dipartimento di R&D. La sessione di formazione è stata presieduta da un membro del Comitato Nazionale per la Sicurezza del Traffico, e ad ogni collaudatore sono state fornite le linee guida su come guidare in modo sicuro e come comportarsi in caso di un eventuale incidente.

Parallelamente alla formazione dei dipendenti, diverse iniziative sono state intraprese per incrementare la cultura sulla sicurezza, tra cui ricordiamo:

- › **“Il migliore coordinatore delle sicurezza in Piaggio Vietnam”** in cui viene selezionato il coordinatore che ha dato il miglior contributo alle attività di Sicurezza tramite il numero di pericoli identificati, il numero di suggerimenti per il miglioramento della sicurezza, il numero di ispezioni effettuate ecc;
- › **Colloqui sulla sicurezza o toolbox meeting**, con argomento specifico preparato dall'ufficio sicurezza in collaborazione con il supervisore di area e coordinatore di sicurezza che viene poi divulgato dal responsabile di linea ai propri collaboratori per aumentarne il coinvolgimento e la responsabilità sulle tematiche di sicurezza;
- › **Audit periodici di sicurezza** atti a garantire il mantenimento di condizioni di sicurezza ed indicare possibili azioni di miglioramento. Inoltre, il risultato dell'audit è utilizzato per confrontare le varie aree aziendali ed individuare il posto più sicuro che sarà uno degli elementi considerati nell'ambito delle politiche di riconoscimento & rewarding.

Per quanto riguarda le ditte appaltatrici / fornitori esterni che operano nelle sedi vietnamite, è stato definito l'obbligo di seguire una specifica sessione formativa sui temi della sicurezza a valle della quale viene rilasciato il permesso per l'accesso al luogo di lavoro. L'elenco delle ditte a cui è consentito l'accesso è gestito da Sicurezza Industriale e viene aggiornato ogni 3 mesi. Il contenuto della formazione specifica comprende:

- › Politica della Sicurezza di Piaggio Vietnam e regolamenti vigenti all'interno della fabbrica;
- › Piano di emergenza aziendale e lotta antincendio;
- › Misure di sicurezza indicate nell'istruzioni di lavoro fornite dalla ditta appaltatrice.

Inoltre i dipendenti delle ditte presenti sul sito vengono sottoposti ad una verifica trimestrale dell'apprendimento di quanto esposto nella sessione formativa. In caso di esito negativo l'intervistato è inviato di nuovo al corso di formazione.

Come stabilito dalla leggi vigenti, è stato definito un piano d'emergenza che comprende l'analisi dei principali rischi (incendio, fuoriuscita di prodotti chimici, intossicazioni alimentari e lesioni), le procedure operative da applicare durante i diversi tipi di emergenza, i ruoli e le azioni che il personale adeguatamente

istruito e debitamente nominato deve attuare, i protocolli di comunicazione. Una vasta gamma di apparecchiature per la rivelazione incendio e spegnimento, che include rilevatori di fumo, sirene, estintori, idranti, è operativa all'interno della fabbrica. Le uscite antincendio, le vie di fuga e tutti i sistemi di cui sopra sono chiaramente segnalati. Periodicamente l'efficienza di tale sistema è testato attraverso esercitazioni che coinvolgono il personale di Piaggio. A ottobre 2014 è stata organizzata all'interno dello stabilimento una simulazione di emergenza che ha visto coinvolti anche enti esterni come Vigili del Fuoco, Polizia Stradale ed Ospedale. A tal proposito Piaggio Vietnam ha partecipato alla locale competizione tra imprese nella lotta antincendio ottenendo il 2° premio. Con questo risultato, Piaggio Vietnam è stata altamente apprezzata dalle autorità locali della provincia ed è stata indicata come Best Practice nella Sicurezza e lotta antincendio.

A conferma del lavoro svolto negli ultimi anni, nel corso del 2014 il numero di infortuni è stato estremamente basso ed in diminuzione rispetto all'anno precedente, con un indice di frequenza pari a 0,1 nel 2014 contro lo 0,2 registrato nel 2013.

	2014	2013	2012	2011
Vietnam	0,1	0,2	0,2	0,1

Indice di frequenza infortuni - Vietnam

L'attività del Centro Medico è proseguita anche nel 2014; la presenza di un medico e infermieri professionali ha permesso l'assistenza medica in stabilimento in caso di malattie minori, l'effettuazione di controlli medici e la somministrazioni di farmaci che vengono rimborsati dallo stato vietnamita, grazie ad un accordo con il dipartimento locale di previdenza sociale. Il Centro Medico ha inoltre organizzato a giugno una giornata dedicata alla salute dei figli dei dipendenti, denominata "Nutrition Day", già descritta nel paragrafo sulle Relazioni Industriali.

Anche nel 2014, come da normativa, tutti i dipendenti sono stati sottoposti al controllo sanitario annuale avvenuto nel mese di dicembre. Per i dipendenti che lavorano in condizioni disagiate, quali verniciatura e saldatura, sono stati effettuati 2 controlli, in giugno e dicembre, per verificare l'assenza di malattia professionale.

India

Anche in India la salute e la sicurezza dei propri dipendenti, rappresenta per Piaggio una condizione fondamentale. A tal proposito l'intera azienda è focalizzata nel ridurre il rischio di incidenti e pericoli per la salute, ad aumentare nei propri dipendenti la consapevolezza sulle tematiche legate alla sicurezza dei luoghi di lavoro ed, infine, a garantire il rispetto della normativa locale, degli standard internazionali ed, in generale, delle policy del Gruppo Piaggio fissando costantemente obiettivi di miglioramento sui temi della Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro.

In coerenza con quanto sopra definito ed al fine di garantire i più alti standard in termini di Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro, la consociata indiana si è dotata di una struttura organizzativa articolata che vede coinvolti operativamente l'"Occupier" (Datore di Lavoro), unico per le diverse sedi produttive con la responsabilità di garantire la salute, la sicurezza e il benessere di tutti i lavoratori sul luogo di lavoro, ed i Responsabili di Fabbrica ed un Safety Committee costituito da 20 membri che includono Executive, Managers ed Impiegati. Il Safety Committee si riunisce regolarmente per programmare, rivedere e discutere i piani di azione necessari per creare e diffondere tra i dipendenti consapevolezza e cultura del lavoro in sicurezza. La presenza di un Health & Safety team garantisce che l'intero sistema possa operare in modo efficace.

In particolare nell'ambito di tale organizzazione sono stati definiti ulteriori ruoli e responsabilità che coinvolgono l'intera Azienda:

› **i responsabili di aree funzionali** hanno la responsabilità primaria della sicurezza e delle condizioni di salute all'interno della propria divisione e della gestione, attraverso il supporto dei Safety Managers, delle politiche di sicurezza e delle relative procedure organizzative. Le responsabilità includono tra l'altro i seguenti aspetti:

- stabilire in collaborazione con il Safety Manager le misure di prevenzione degli incidenti all'interno della divisione;
- garantire che i programmi operativi sulla sicurezza siano diligentemente applicati definendo ruoli e responsabilità di supervisor ed operai;
- fornire e implementare le procedure di salute e sicurezza e le istruzioni di lavoro applicabili alla propria divisione in coerenza con quanto stabilito nel sistema di gestione aziendale;
- garantire che gli incidenti sul lavoro siano oggetto di indagini ed adottare le conseguenti azioni necessarie per rimuovere le cause in modo efficace ed immediato;

› **i manager ed i supervisor** hanno la responsabilità primaria di garantire che la politica aziendale e gli obiettivi in ambito Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro siano implementati e perseguiti. Ogni manager e supervisore è responsabile per la sicurezza e la salute dei propri collaboratori. Questa responsabilità include anche la sicurezza di attrezzature e beni all'interno della sua area di responsabilità. I manager devono assicurare tra l'altro che tutti i dipendenti usino in maniera appropriata i Dispositivi di Protezione Individuali (DPI) prescritti, e che per tutte le macchine, attrezzature e installazioni sia definito un programma di manutenzione preventiva. Mentre ai supervisor è demandata anche la responsabilità di sorvegliare che le lavorazioni vengano svolte in conformità con le procedure di sicurezza applicabili, i regolamenti e le istruzioni operative vigenti. Devono inoltre verificare che sia effettuata la manutenzione preventiva delle attrezzature dal punto di vista della sicurezza, che le apparecchiature e gli impianti siano mantenuti in condizioni di lavoro sicure, segnalando immediatamente ogni possibile malfunzionamento.

Nell'ambito della struttura organizzativa, coerentemente con le policy di Gruppo, si inserisce il Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza. Nella consociata indiana comprende un Manuale di Sicurezza sul Lavoro che delinea le politiche emesse dal top management, che sono successivamente implementate tramite procedure operative che coprono l'intera organizzazione. In particolare sono state definite 10 procedure operative che riguardano aspetti di sicurezza sia generali che specifici e diverse istruzioni di lavoro, che illustrano come ogni singola operazione deve essere effettuata affinché rispetti gli standard di sicurezza.

In linea con l'approccio di Gruppo, nel corso degli ultimi anni si è investito molto sulla formazione considerata come una delle principali leve per aumentare la responsabilizzazione di ogni dipendente sui temi della sicurezza e, di conseguenza, favorire un atteggiamento di proattività e coinvolgimento in merito alle tematiche della Sicurezza.

Durante l'anno 2014, è stata condotta una intensa attività di formazione sia su aspetti comportamentali che di tipo specialistico per un totale di circa 6.000 ore di formazione che ha visto coinvolti sia dipendenti che fornitori e ditte appaltatrici operanti in stabilimento. Tra la formazione di natura specialistica verso i dipendenti è stata effettuata una sessione di formazione per la squadra dei collaudatori su strada del dipartimento di R&D. Inoltre è stata posta particolare attenzione sui rischi di attacco da parte di serpenti e sulle conseguenti operazioni di primo soccorso, argomento particolarmente sentito nelle aree rurali indiane dove di solito vengono effettuati i collaudi. Sempre nell'ambito della sicurezza su strada, nel 2014 la consociata indiana ha partecipato all'iniziativa di sicurezza nazionale "La settimana della sicurezza stradale" organizzando sessioni di formazione di guida sicura per conducenti di veicoli e conducenti di carrelli elevatori, oltre che affrontando tematiche legate alla sicurezza su strada. Per quanto riguarda la formazione ai fornitori ed alle ditte appaltatrici, a marzo del 2014 è stata organizzata una giornata di formazione "safety for vendors" durante la quale sono stati illustrati i principi basi della politica della sicurezza in Piaggio e le procedure operative da rispettare.

Parallelamente alla formazione, diverse iniziative sono state intraprese per aumentare la sensibilità sui temi della sicurezza; di particolar rilievo sono stati gli eventi legati alla celebrazione della "settimana della sicurezza", tenutasi dal 4 all'11 marzo 2014. Durante tale settimana sono state attivate diverse iniziative finalizzate a rendere ogni persona consapevole della sicurezza come valore. In tale contesto ricordiamo le iniziative "safety slogan competition" (sono stati premiati i vincitori di vari concorsi: il migliore slogan

sulla sicurezza, il migliore poster sulla sicurezza, il migliore quiz on line sulla sicurezza) e “school safety awarness program”, che ha portato i nostri dipendenti a parlare di sicurezza nelle scuole. In generale durante la “settimana della sicurezza” si è discusso dell’importanza di essere soggetti attivi sui temi della sicurezza. Sempre nell’ambito delle iniziative finalizzate a diffondere la cultura sulla sicurezza ricordiamo anche “TAKE...two” campagna di sensibilizzazione diffusa in tutta l’Azienda che ha avuto come principale messaggio quello di indurre le persone a riflettere prima di agire secondo il principio “T:think;A:ask; K: know; E: execute”.

Negli stabilimenti indiani inoltre, è presente un piano di emergenza basato sulle vigenti leggi in materia e sulle prassi esistenti la cui adeguatezza è testata durante esercitazioni annuali che coinvolgono il personale, simulando diversi scenari. In particolare nel corso del 2014, in aggiunta ad una intensa attività di formazione sui temi di “lotta antincendio”, sono state simulate ed analizzate situazioni di emergenza relative a:

- › fuoruscita di GPL da un una flangia della tubazione di adduzione del gas;
- › corto circuito elettrico in una stazione di saldatura;
- › incendio di un box.

Durante le esercitazioni sono state simulate anche situazioni di malori di dipendenti in modo da testare l’efficienza dei sistemi di primo soccorso.

Nel corso del 2014 è stata confermata la certificazione OHSAS-18001:2007 (Occupational Safety & Health Management System) per lo stabilimento 2W Vespa Plant mentre per lo stabilimento Veicoli Commerciali l’iter certificativo si concluderà nei primi mesi del 2015.

Relativamente al fenomeno infortunistico, coerentemente con la attività svolte negli ultimi anni, il numero di infortuni nel 2014 risulta essere particolarmente basso ed in linea con i valori del 2013.

	2014	2013	2012	2011
India	0,3	0,2	0,4	1,0

Indice di frequenza
infortuni - India

La presenza di un Centro Medico, presidiato da un Medico specializzato in medicina del lavoro e personale infermieristico professionali, ha permesso nel corso del 2014 l’erogazione di circa 2.500 visite per supporto sanitario, circa 1.000 check up medici preliminari all’assunzione, la somministrazione di circa 1.000 vaccini per antitetanica e circa 800 visite come da protocolli sanitari.



GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Area Finanza Corporate	133
Vendor Assesment	134
Portale Fornitori	134



Il Gruppo Piaggio produce nei propri stabilimenti i veicoli che vengono commercializzati con i propri marchi nei vari mercati mondiali. L'unica eccezione è relativa ai veicoli acquistati dalla consociata cinese Zongshen Piaggio Foshan e dal fornitore Jincheng Group (circa 30mila pezzi nel 2014 equivalenti al 5,6% dei veicoli venduti).

Piaggio è leader nella tecnologia motoristica e produce nei propri stabilimenti motori sia per la produzione interna che per soddisfare la richiesta di altri costruttori.

Tutti gli altri componenti che costituiscono un veicolo vengono acquistati all'esterno ed assemblati internamente.

Stabilimenti italiani

Nel 2014 gli stabilimenti italiani hanno acquistato materie prime, merci e ricambi per un valore globale di 370 milioni di euro (esclusi veicoli completi) da circa 800 fornitori.

I primi dieci fornitori hanno soddisfatto il 19% degli acquisti totali.

Localizzazione geografica dei fornitori degli stabilimenti italiani

Area Geografica	2014	2013
Emea	69%	76%
Cina+Taiwan	18%	15%
Vietnam	4%	1%
India	7%	6%
Giappone	1%	1%
Altri	1%	1%

Nel 2014 sono stati effettuati pagamenti a fornitori per circa 600 milioni di euro.

Stabilimenti indiani

Nel 2014 gli stabilimenti in India hanno acquistato materie prime, merci e ricambi per un valore globale di 228 milioni di euro da circa 890 fornitori.

I primi dieci fornitori hanno soddisfatto il 43,1% degli acquisti totali.

Localizzazione geografica dei fornitori degli stabilimenti indiani

Area Geografica	2014	2013
India	99%	99%
Altro	1%	1%

Per il 2015 non si ipotizzano sostanziali variazioni.

Nel 2014 sono stati effettuati pagamenti a fornitori per circa 290 milioni di euro.

Stabilimenti vietnamiti

Nel 2014 gli stabilimenti in Vietnam hanno acquistato materie prime, merci e ricambi per un valore globale di 87 milioni di euro da circa 190 fornitori.

I primi dieci fornitori hanno soddisfatto il 36,5% degli acquisti totali.

Localizzazione geografica dei fornitori degli stabilimenti vietnamiti

Area Geografica	2014	2013
Vietnam	55%	55%
Cina + Taiwan	25%	27%
Emea	12%	12%
Tailandia	3%	1%
India	3%	4%
USA	1%	1%
Malesia	1%	0%

Per il 2015 si ipotizza una crescita dell'incidenza dei fornitori locali a scapito di quelli europei.

Nel 2014 sono stati effettuati pagamenti a fornitori per circa 86 milioni di euro.

Le relazioni del Gruppo con i fornitori sono improntate alla lealtà, all'imparzialità ed al rispetto delle pari opportunità verso tutti i soggetti coinvolti.

Il Gruppo Piaggio è convinto che la responsabilità sia un impegno che non si ferma ai cancelli dell'azienda ma debba coinvolgere positivamente tutti i soggetti della filiera azienda-fornitori; per tale ragione ogni fornitore che voglia intraprendere relazioni di affari con Piaggio in tutto il mondo deve sottoscrivere le condizioni generali di fornitura del Gruppo Piaggio che includono il "Codice etico e linee di condotta negli affari"; periodicamente sono svolti degli audit sui fornitori di materiali diretti del Gruppo, al fine di verificare l'effettivo loro rispetto.

Coerentemente con le Policy del Gruppo, la Funzione Acquisti ogni anno cerca di migliorare l'efficienza del processo di approvvigionamento attraverso la valorizzazione delle competenze tecniche dei buyer e la focalizzazione del processo sulla gestione delle diverse categorie merceologiche.

Il Management del Gruppo Piaggio ha avviato, negli anni, un percorso di crescita comune con i propri fornitori attraverso un apposito Ente denominato "Vendor Assessment" nonché l'assegnazione alla Funzione "Finanza" delle attività di definizione e monitoraggio di possibili aree di rischio in tema finanziario e societario, a tutela e garanzia della totale indipendenza tra le aree aziendali coinvolte nei processi di approvvigionamento, nonché avendo come priorità la soddisfazione delle esigenze di tutti gli stakeholder.

Area Finanza Corporate

Al fine di meglio focalizzare l'attenzione sulla prevenzione e gestione di possibili rischi da fornitura, nel 2013 le attività relative al monitoraggio dell'affidabilità economica, finanziaria, societaria ed organizzativa dei Fornitori Strategici sono state allocate in Area Finanza Corporate.

Coerentemente con quanto già implementato in Italia a partire dal secondo semestre 2012, anche nel 2014 è continuata l'attività di mappatura dei Fornitori Strategici del Gruppo Piaggio. Nel 2015 inizierà una verifica sui principali partner anche in tema di Compliance con opportuni strumenti (data base). Inoltre, prosegue l'attività di Financial Assessment sui Fornitori Strategici di Aprilia Racing unitamente all'analisi dell'affidabilità delle principali Società Sponsor del Team Aprilia Racing.

Tanto il dialogo quanto l'interazione con i Fornitori sono soggetti a continui miglioramenti di processo in termini qualitativi e strumentali; l'obiettivo è quello di monitorare preventivamente ed in modo continuativo la solidità patrimoniale e finanziaria dei fornitori. Inoltre tutte le possibili variazioni societarie che possano incidere sullo stato di rischio percepito sono presentate ad un Comitato Fornitori (composto dai Responsabili degli Acquisti Materiali e Componenti, degli Acquisti Mezzi e Servizi, dal Responsabile Finanza, dal Responsabile della Direzione Generale Finance, della Direzione Sviluppo e Tecnologie di Prodotto e della Direzione Tecnologie di Fabbricazione e Produzione) nell'ambito di incontri periodici al fine di individuare possibili azioni correttive e di miglioramento delle performance, qualora fossero emerse delle aree di criticità.

Vendor Assessment

La Funzione denominata Vendor Assessment ha nel Gruppo Piaggio l'obiettivo strategico di creare una rete di collaborazioni duratura e reciprocamente soddisfacente con partner altamente qualificati. La Funzione, oltre a gestire il Processo di Qualificazione dei Fornitori ha il compito di effettuare la valutazione delle performance di acquisto, tramite Campagne di Vendor Rating.

Il rapporto con i fornitori è definito da precisi processi aziendali distinguibili in due fasi fondamentali: la Qualificazione di nuovi Fornitori e il monitoraggio del Fornitore.

La qualificazione di nuovi fornitori è un processo inter-funzionale basato su specifiche norme che conducono all'inserimento di una Società quale Fornitore Potenziale nell'Albo Fornitori per la Classe Merceologica per cui si è proposto; dopo una prima fase di pre-qualifica documentale, interviene un team di qualifica Fornitori, a carattere multidisciplinare, che in relazione alle classi merceologiche in esame, coinvolge figure specifiche per l'emissione di un giudizio tecnico, economico-finanziario e societario.

Il monitoraggio del Fornitore è effettuato mediante almeno due sessioni annuali di valutazione, definite "Campagna di Vendor Rating", in cui sono esaminate le forniture relative al periodo di competenza, sulla base della qualità del rapporto commerciale, della collaborazione tecnico-scientifica, del rispetto dei piani di consegna e sulla base della qualità del prodotto fornito. Ciò consente di ottenere un quadro di riferimento utile per le strategie di acquisto e per interventi sugli stessi fornitori. Il processo si conclude con l'assegnazione a ciascun Fornitore esaminato di un "Indice di Valutazione Globale" che intende metabolizzare le valutazioni effettuate dalle funzioni aziendali preposte, con l'affidabilità del fornitore in termini economico finanziari (per i materiali diretti le funzioni interessate sono Acquisti, R&D, Qualità, Manufacturing e Ricambi).

Attualmente, l'Indice di Valutazione Globale è stato assegnato alla maggior parte dei Fornitori del Gruppo limitatamente ai siti produttivi europei. In termini di spesa l'indicatore per il 2014 ha coperto oltre il 95% del fatturato di acquisto.

Il processo di valutazione è svolto anche in Vietnam, una valutazione locale per quanto riguarda la parte iniziale di pre-qualifica documentale e la parte di valutazione tecnica, mentre prevede una valutazione corporate e quindi a livello centrale per quanto riguarda l'analisi di affidabilità economico finanziaria (Area Finanza Corporate).

Per il futuro si intende integrare nella Valutazione dei Fornitori anche informazioni di CSR quali l'esistenza di un proprio codice etico e del Bilancio di Sostenibilità. Un aggiornamento del sistema di Vendor Rating è pianificato per il 2015.

Portale Fornitori

Al fine del miglioramento continuo dell'efficacia ed efficienza dei processi aziendali, è stato progettato ed implementato il Portale Fornitori, basato sul sistema SRM-SAP.

In particolare, il Portale ha permesso di raggiungere gli obiettivi di:

- › avviare una maggiore collaborazione con i fornitori, attraverso strumenti di self-service, connettività, condivisione di documenti ed informazioni;
- › rendere più efficienti i processi di acquisto, attraverso l'implementazione di strumenti automatici e una maggiore compliance alle procedure di acquisto.

Il sistema "SRM – Portale Fornitori" è uno strumento informatico che attiva uno scambio in tempo reale delle informazioni e dei documenti in tutte le funzioni aziendali e presso i fornitori, sia per quanto concerne gli acquisti di materiali e componenti, sia per gli acquisti di mezzi e servizi, garantendo in tal modo una corretta e trasparente gestione di tutte le fasi del processo di acquisto: richieste di acquisto, ordini di acquisto, listini e programmi di fornitura, entrata merci, fatture, informazioni sui pagamenti.

L'attivazione del Portale Fornitori ha presentato una serie di vantaggi, sia per Piaggio che per i fornitori, tra i quali, a titolo di esempio: riduzione delle attività manuali, miglioramento della qualità e correttezza

delle informazioni, riduzione dei tempi di attraversamento dei processi aziendali e della comunicazione, graduale riduzione della “carta” (anche mediante l’utilizzo della firma digitale), drastica riduzione delle anomalie di fatturazione, visibilità su tutto il processo di autorizzazione dalle richieste di acquisto agli ordini.

Il Portale Fornitori è attivo in Italia, India e Vietnam. Sostanzialmente il portale è lo strumento standard per la gestione dei fornitori di materiali diretti in tutte e tre le realtà, e di buona parte di quelli di mezzi e servizi in Italia e Vietnam.



SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI

Fondazione, Museo e Archivio Storico Piaggio

138

Attività di charity e sponsorizzazioni

143



“Comunicare l'un l'altro, scambiarsi informazioni è natura; tenere conto delle informazioni che ci vengono date è cultura”.

Johann Wolfgang Goethe

Impegno	Obiettivi 2014	Risultati 2014	Obiettivi 2015	Obiettivi a medio termine
Sviluppo di relazioni con le comunità locali in cui il Gruppo opera.	<ul style="list-style-type: none"> › Proseguire nell'implementazione dei rapporti con le istituzioni politiche, sociali ed economiche operanti nelle varie aree nelle quali il Gruppo opera, con particolare riguardo ai siti di insediamento produttivo. 	<ul style="list-style-type: none"> › Organizzazione di numerose mostre, convegni ed eventi culturali presso il Museo Piaggio. 	<ul style="list-style-type: none"> › Organizzazione di eventi culturali presso il Museo Piaggio. 	<ul style="list-style-type: none"> › Sviluppo dei rapporti con le istituzioni locali per il rafforzamento della competitività e dell'attrattività dei territori in cui opera il Gruppo Piaggio. › Fondazione e Museo: completamento dell'opera di catalogazione, conservazione e restauro del patrimonio di veicoli storici appartenenti ai diversi marchi del Gruppo.

Il Gruppo Piaggio riconosce l'importanza sociale della comunicazione e sviluppa relazioni con organismi associativi (UPA), soggetti pubblici (Confindustria, Ancma, Anfia), al fine di promuovere una mobilità eco-compatibile e diffondere i valori dell'innovazione tecnologica a vantaggio dell'utente finale ed a tutela dell'ambiente.

Il Gruppo è inoltre collegato ad una rete internazionale di laboratori e centri di ricerca universitari e privati, appartenenti alle più avanzate realtà nei diversi settori di specializzazione.

Fondazione, Museo e Archivio Storico Piaggio

La Fondazione Piaggio, istituzione senza fini di lucro, svolge una funzione di polo di aggregazione e di riferimento culturale per il territorio.

Nel 2014 l'attività della Fondazione Piaggio ha continuato ad essere incentrata sulla valorizzazione della storia della Piaggio, dei suoi prodotti e dei suoi valori. Grande rilevanza è stata data anche alla promozione della cultura in ogni sua forma, dei valori etici e sociali della popolazione, con particolare riferimento a quella giovanile e delle attività turistiche ed economiche del territorio.

Anche quest'anno, come nel 2013, la Fondazione Piaggio si è aggiudicata il contributo di 50.000 Euro dalla Regione Toscana per il progetto culturale 2014 - *Musei di qualità al servizio dei visitatori e delle comunità locali*.

Il ricco programma dell'anno, costituito dall'organizzazione di mostre e di convegni, da attività di intrattenimento, dalle visite guidate e dai progetti didattici, ha avuto un riscontro immediato sul numero annuale dei visitatori che ha superato ogni record raggiungendo le **43.000** presenze.

Le mostre

Le mostre hanno avuto quest'anno come nota ricorrente il tema del "riciclo" inteso come riuso dell'oggetto di scarto che prende nuova vita fino a trasformarsi e diventare arte o moda. Sono stati infatti dedicate a questo tema ben tre mostre oltre ad un convegno, La moda che visse due volte, del quale daremo cenno in seguito.

- › **Riciclati ad arte**, mostra-laboratorio organizzata in collaborazione con il Comune di Pontedera e con l'azienda toscana Waste Recycling e gli artisti del progetto "SCART".
- › **Storie di Terra – il favoloso mondo ceramico di Deborah Ciolli**, mostra dedicata al concetto di Uomo Ecologico che vive in armonia e in sintonia con la natura.
- › **L'oggetto ri-fiutato. Tre artisti a confronto tra riuso e post modernismo** Collettiva di tre artisti che hanno scelto di esprimere l'arte tramite l'utilizzo di materiali di recupero.

Per il ciclo *La grande arte contemporanea* al Museo Piaggio:

- › **Da Fattori a Modigliani Grandi Maestri - Grandi Allievi.**
In collaborazione con il più grande esperto e collezionista di opere dei Macchiaioli e di arte del tardo Ottocento/Novecento, Carlo Pepi, la Fondazione Piaggio ha organizzato insieme al Comune di Pontedera la mostra che ha ospitato nell'area espositiva del Museo Piaggio più di cento opere di grandi Maestri del calibro di Modigliani, Fattori, Lega, Cabianca, Signorini, De Nittis e di grandi Allievi quali Gioli, Kienerk e Viani.

Ampio spazio anche per le mostre dedicate agli artisti più creativi del Territorio:

- › **Humanitas Machinæ (il lavoro dipinto)** Mostra di pittura, scultura e incisione dell'artista Marcello Scarselli.
- › **Il mio lavoro democratico (opere pittoriche 2009 – 2014)** Mostra di pittura di Maurizio Biagini, artista livornese che fa parte del Gruppo Labronico.

In collaborazione con il territorio due mostre particolarmente significative:

- › Una mostra scientifica sulle Nuove Frontiere del 3D, in occasione di Cre@ctivity, che ha visto l'esposizione dei più significativi macchinari di questa nuova "avanguardia" della tecnologia.
- › La mostra fotografica **Pontedera città dei motori e dell'innovazione: dai dirigibili ai robot**, organizzata in collaborazione con l'Istituto di BioRobotica della Scuola Superiore Sant'Anna, con Tagete Edizioni con il patrocinio del Comune di Pontedera in occasione del 25° anniversario della fondazione del primo laboratorio di ricerca dell'Istituto di BioRobotica della Scuola Superiore Sant'Anna. Oltre alla mostra, il programma di celebrazioni ha previsto presso il Museo Piaggio anche il convegno dedicato a **Pontedera città dei motori e dell'Innovazione** e lo spettacolo di Teatro e Scienza **Marie Curie**.

Ha concluso l'anno una mostra dedicata alla Vespa:

- › **In Vespa con Madiari**, mostra dell'artista Mario Madiari che presenta una selezione di opere dagli anni '60 ad oggi che hanno la Vespa come protagonista.

Eventi collaterali alle mostre ospitate

Eventi organizzati in occasione della parte finale della mostra *Passaggio in India. A gateway to Piaggio*:

- › **Le mille anime dell'India.** Spettacolo di, e, con Giuseppe Cederna con musiche dal vivo di Alberto Capelli.
- › Proiezione del film **Lessons in forgetting**, film vincitore del *Piaggio Foundation Award* nato dalla rinnovata collaborazione fra la Fondazione Piaggio e il River to River Florence Indian Film Festival.

- › **Quando dei e demoni prendono vita. Il teatro-danza classico indiano Bharata Natyam.** Una serata coinvolgente di racconti e danze sui miti dell'India.

Eventi organizzati in occasione di altre mostre:

- › **Laboratorio Sbirciando Marcello Scarselli...** (nel corso della mostra *Humanitas Machinae*). Percorso dedicato ai più piccoli.
- › Spettacolo di teatro-canzone del cantautore, attore e scrittore **Giulio Casale** (in occasione dell'inaugurazione della mostra *Da Fattori a Modigliani. Grandi Maestri - Grandi Allievi*).

Convegni, incontri formativi e presentazioni di libri

- › **Territori di una cittadinanza globale.** Secondo Convegno sulla Cooperazione Internazionale ed Integrazione organizzato dal Comune di Pontedera in collaborazione con la Fondazione Piaggio.
- › Presentazione alle scuole del DVD **I Bombardamenti di Pontedera del Gennaio 1944**, realizzato da Tagete Edizioni in occasione del 70° anniversario degli eventi bellici.
- › Convegno sulla necessità di sinergie tra imprese e laboratori di ricerca in occasione della **Inaugurazione dei nuovi laboratori Pontlab di Pontedera.**
- › Convegno **La moda che visse due volte. Il bello e sostenibile dell'artigianalità italiana** organizzato dalla Fondazione Piaggio in collaborazione con l'Istituto Modartech e con la Maison Gattinoni. Evento con la partecipazione delle scuole superiori a livello regionale.
- › Convegno **Il Ritorno ai Binari - Scelta di mobilità e di disciplina urbanistica.** Evento organizzato dalla Fondazione Piaggio in collaborazione con il Comune di Pontedera e con le Università toscane, con la partecipazione di importanti studiosi ed esperti di mobilità e di urbanistica della Regione.
- › Incontro **Epicentro Mediterraneo. Raccontare il mondo nuovo** con la testimonianza della scrittrice Ilaria Guidantoni e del giornalista RAI inviato di guerra Sandro Petrone.
- › Incontro di formazione e informazione in occasione della **Giornata del Diabete.**
- › **Merenda con delitto.** Presentazione del libro di Giorgio Caponetti **Venivano da lontano**, organizzato dalla Fondazione Piaggio in collaborazione con la Biblioteca di Pontedera e Tagete Edizioni. Presentazione del libro, letture e degustazione di prodotti tipici del Territorio.
- › Convegno sulla **Leadership**, incontro con docenti ed imprenditori toscani organizzato in collaborazione con il Distretto 2071 del Rotary International.
- › **La Camera di Consiglio tra segretezza e diritto all'informazione**, convegno organizzato dalla Scuola di Specializzazione delle Professioni Legali in collaborazione con la Fondazione Piaggio.

Concerti

Anche nel 2014, grazie alla collaborazione con le scuole di musica del territorio e con associazioni culturali locali e nazionali, la Fondazione Piaggio ha continuato la sua opera di divulgazione della cultura musicale, dando la possibilità sia ad artisti emergenti che ad artisti affermati e raffinati di esibirsi nell'Auditorium del Museo Piaggio. Di seguito i concerti ospitati e organizzati:

- › Concerto di chitarra classica del **Maestro Saldarelli.**
- › Concerto Gospel del **St. Jacob's Choir** con degustazione di prodotti del Territorio.
- › Concerto della **Rotary Sband**, gruppo di musicisti toscani appartenenti ai Rotary Club della Regione.
- › Concerto in occasione della presentazione in anteprima del nuovo disco di **Vick Frida** "*Thisastro - Una pioggia di stelle sull'umanità*".
- › Concerto *La mia musica* del Maestro **Francesco Seri.** Quartetto, composto da fisarmonica, clarinetto, chitarra e contrabbasso.
- › Concerto **Don Backy - 50 anni di mestiere delle canzoni.**
- › Concerto di pianoforte e violino del **Trio Sarti** organizzato dall'Accademia Musicale Toscana in collaborazione con la Fondazione Piaggio.
- › Concerto del cantautore livornese **Bobo Rondelli.**

- › Ciclo di quattro concerti del **Emiliano Loconsolo Jazz Quartet**.

Eventi e programmi dedicati ai giovani e agli studenti

- › **Cre@tivity - Innovazione nel design industriale**. L'edizione di Cre@tivity di quest'anno ha affrontato, oltre ai tradizionali temi della mobilità, moda, ecologia e comunicazione, la tematica particolare del 3D.
- › **RoboCup 2014**. VI edizione delle gare nazionali di robotica per le scuole nazionali di ogni ordine e grado organizzata, con il patrocinio del Comune di Pontedera e della Regione Toscana, dall'Istituto di BioRobotica della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa con la collaborazione della Fondazione Piaggio. Nei quattro giorni di manifestazione sono stati presenti al Museo Piaggio circa 1.500 tra docenti e studenti.
- › Premiazione degli studenti vincitori del concorso di lettere classiche **Certamen in Ponticulo Heræe**.
- › Premiazione degli studenti vincitori del concorso **Giochi Matematici**.
- › Premiazione dei **Centisti delle Scuole Superiori della Valdera**.
- › Cerimonia di donazione al Museo Piaggio della **Vespa Pop**. Grande festa "giovane" per la presentazione di una nuova Vespa Primavera decorata a mano dall'artista Maddalena Carrai.
- › E' proseguito infine il **Programma Didattico** svolto dalla Fondazione Piaggio a favore dei giovani, dall'asilo all'Università, su tematiche storiche, artistiche ed economiche.

Eventi organizzati in collaborazione con i Vespa Club o altri club motoristici

- › Tappa del **Giro d'Italia in Griso**, evento benefico con la partecipazione di centinaia di centauri amanti della Moto Guzzi.
- › Finale e premiazione del **Campionato Europeo Vespa Rally**.
- › Raduni di Club che raccolgono gli appassionati di **Auto d'Epoca**, della **500**, dei **Sidecar**, di **Moto Storiche**, etc.

Altri eventi

- › **Cantina Jazz**. Anche nel 2014 prosegue la collaborazione con la FISAR con l'organizzazione di 4 serate di musica e degustazioni per la promozione delle eccellenze enogastronomiche del Territorio.
- › Spettacolo per bambini **Il Piccolo Principe**.
- › Spettacolo di danza **My-Ysteria**. Organizzato dalla Fondazione Piaggio in occasione della Notte Europea dei Musei.

Pubblicazioni scientifiche

Nel corso dell'anno è iniziata la preparazione dei **Quaderni della Fondazione Piaggio** che verranno pubblicati nel 2015.

E' inoltre iniziata la preparazione del secondo volume della **Collana di Studi Tommaso Fanfani** che verrà pubblicato nel 2015.

Attività in corso per la comunicazione e la promozione del Museo Piaggio

- › Realizzazione del nuovo sito del Museo Piaggio che prevede sezioni in continuo aggiornamento in grado di informare in tempo reale su programmi, eventi e novità. Il sito è inteso come strumento prezioso per la promozione turistica del Museo.
- › Realizzazione di un servizio fotografico di aggiornamento della collezione di veicoli storici e artistici in mostra al Museo e realizzazione di un video promozionale.
- › Realizzazione del nuovo catalogo del Museo.

Le iniziative esterne al Museo

Come ogni anno i veicoli storici del Museo o i materiali espositivi realizzati con immagini e materiale proveniente dall'archivio Piaggio, sono usciti dal Museo per essere esposti in diverse occasioni di visibilità e prestigio. Di seguito si elencano le iniziative:

Evento	Luogo	Veicolo	Data
"Automotoretrò"	IL LINGOTTO - Torino	Vespa 98 II serie (1947), Vespa GS (1959), Vespa 50 N (1969), Gilera 4 cil. GP (1957)	5 - 10 febbraio
Mostra Scambio di Novegro	PARCO ESPOSIZIONI – Novegro (MI)	Gilera VT 317 (1909)	13 - 17 febbraio
Servizio per Vogue	MILANO	Prototipo MP6 (1945)	21 - 22 febbraio
Esposizione mostra "Icône del Design Italiano"	MUSEO DEL DESIGN - LATRIENNALE DI MILANO	Vespa 98 II serie (1947)	31 marzo - 5 maggio
Museo MUMAC Mostra temporanea "Com'eravamo"	BINASCO (MI)	Ape cassone conservato (1953), Ciao Giappone (1978), Vespa GS (1959), Vespa 150 conservata (1960)	3 aprile - 13 maggio
78° Mostra Artigianato	FIRENZE	Vespa GS (1955)	23 aprile - 1 maggio
Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2014	CERNOBBIO (CO)	Gilera Rondine Circuito (1939)	23 - 25 maggio
Vespa World Days 2014	MANTOVA	22 modelli di Vespa, tra cui alcuni prototipi (prodotti dal 1963 al 2012)	12 - 15 giugno
Collection de voitures anciennes de S.A.S. le prince de Monaco	MONTECARLO	Gilera Rondine Circuito (1939), Vespa 98 Corsa (1947)	25 settembre - 4 dicembre

Archivio Storico

Nel corso del 2014 l'Archivio Storico ha come di consueto contribuito in maniera determinante a molte delle attività della Fondazione, ha proseguito nel suo prezioso ruolo di supporto alla ricerca e alla gestione delle utenze, così come all'attività didattica del Museo e alla ricerca iconografica e documentaria per l'allestimento di mostre ed eventi interni ed esterni. Di particolare rilevanza la partecipazione – in collaborazione con l'Istituto Italiano di Cultura di San Paolo – all'organizzazione della mostra "Vespa: un'icône italiana – História, Cultura e Design", ospitata a San Paolo di Brasile, presso il Museo da Casa Brasileira, in occasione dei Campionati mondiali di calcio 2014. Assai apprezzata dal pubblico anche la mostra fotografica "Vespa mon amour", ideata dalla Fondazione in collaborazione con Mirko Albini e ospitata dal Castello dei Doria a Dolceacqua (IM) nel mese di luglio. In occasione del 25° anniversario del Laboratorio di BioRobotica della Scuola Superiore Sant'Anna, l'Archivio ha collaborato con la Scuola e con l'Editore Tagete alla realizzazione della già citata mostra fotografica "Pontedera Tecnologica. Dai dirigibili ai robot".

È continuata, inoltre, la collaborazione con Piaggio con attività di consulenza storica, selezione e invio di immagini utilizzate per la realizzazione di mostre internazionali e di pubblicazioni, con particolare riferimento, quest'anno, alla ricerca iconografica per l'allestimento del "Museo Vespa" a Mantova, nel chiostro del Museo Diocesano, in occasione dei Vespa World Days 2014 (12-15 giugno).

L'Archivio Storico è stato inoltre fonte fondamentale per la ricerca iconografica e documentaria necessaria alla realizzazione del nuovo sito e del nuovo catalogo del Museo, anche in seguito a un lavoro di aggiornamento della schedatura e dell'inventario dei veicoli esposti.

Attività di charity e sponsorizzazioni

Nel corso del 2014 il Gruppo Piaggio ha proseguito nelle attività del progetto Vespa for Children, iniziativa umanitaria a scopo benefico che, coinvolgendo le società del Gruppo, intende realizzare progetti benefici con finalità di solidarietà sociale nei settori dell'assistenza sanitaria e socio-sanitaria a favore dell'infanzia nei Paesi in via di sviluppo. La Capogruppo, promuovendo tale progetto presso le proprie consociate, si adopererà affinché, ciascun anno, vengano destinati a tali attività benefiche fondi corrispondenti ad un importo non inferiore all'1% dell'utile netto realizzato nell'anno precedente. I fondi potranno essere raccolti e gestiti da Piaggio, oppure dalle singole consociate in accordo con la Capogruppo, previa verifica di tutti gli aspetti di natura amministrativa/contabile/fiscale.

Il primo passo del progetto è stato l'accordo, siglato nel 2013, con l'Ospedale pediatrico Bambino Gesù (OPBG) di Roma per la creazione di un centro specializzato di urologia per i bambini presso il National Hospital for Pediatrics di Hanoi (Vietnam). L'iniziativa è sorta dalla necessità di sviluppare l'assistenza a favore di bambini affetti da patologie urologiche complesse – quali malformazioni genito-urinarie e insufficienza renale – e bisognosi quindi di trattamenti chirurgici di elezione, dialisi e trapianto renale. Gli obiettivi del progetto hanno una duplice valenza: clinica e assistenziale, per fornire assistenza specialistica in ambito urologico a 2.000 giovanissimi pazienti, e formativa per il personale medico vietnamita per l'apprendimento di competenze scientifiche nell'ambito della medicina e chirurgia urologica e del trapianto di rene da donatore vivente.

Nel quadro di evoluzione di tale progetto, nella primavera del 2014 si è concluso con successo il primo trapianto di rene da donatore vivente eseguito su una bambina di 10 anni al National Hospital for Pediatrics di Hanoi. L'intervento è stato condotto da una équipe di specialisti dell'OPBG in collaborazione con personale medico locale. Nel corso della stessa missione, i medici del Bambino Gesù hanno potuto trattare chirurgicamente altri 20 bambini con gravi problemi urologici, e selezionare altri piccoli pazienti con insufficienza renale da sottoporre a trapianto di rene.

Il Gruppo Piaggio ha partecipato nel 2014, anche sotto l'egida del progetto Vespa for Children, a diverse manifestazioni di rilievo sociale, attraverso la donazione di veicoli da destinare ad aste benefiche e charity. Tali iniziative si sono svolte, tra le altre, in collaborazione con Vogue Italia, Fondazione IEO, Fondazione Laureus, Make a Wish Italia Onlus, Fondazione San Patrignano, AIRC, Fondazione Pupi. Il Gruppo ha preso parte inoltre ad alcune manifestazioni di grande rilievo culturale quali per esempio il Festival della Letteratura di Mantova, nonché agli eventi organizzati dal Vespa World Club e, in particolare, i Vespa World Days che nel 2014 sono tornati a svolgersi in Italia.

Da alcuni anni infine - in occasione delle festività di fine anno - il Gruppo Piaggio, insieme con tutto il Gruppo Immsi, sostiene le attività educative e riabilitative dei bambini con disabilità da cerebropatia infantile, attraverso una donazione all'associazione "Casa del Sole Onlus" a nome di tutti i dipendenti dei Gruppi Immsi e Piaggio. La Casa del Sole in quarant'anni di attività ha dato un aiuto concreto a più di 5.000 bambini con disabilità da cerebropatia infantile e un prezioso sostegno alle loro famiglie.

**TABELLA
DEGLI INDICATORI
GRI-G4**

Tabella degli indicatori GRI-G4

G4 Content Index for "In accordance" - Core			
GENERAL STANDARD DISCLOSURES		Page/Reference	External Limited Assurance
<i>1. STRATEGY AND ANALYSIS</i>			
G4.1	Statement from the most senior decision-maker of the organization.	Lettera del presidente p.7	x
<i>2. ORGANIZATIONAL PROFILE</i>			
G4.3	Report the name of the organization.	L'impegno del Gruppo Piaggio p. 14-18	x
G4.4	Report the primary brands, products, and services.	Profilo del Gruppo - Brand p. 31-32	x
G4.5	Report the location of the organization's headquarters.	Profilo del Gruppo p. 30	x
G4.6	Report the number of countries where the organization operates, and names of countries where either the organization has significant operations or that are specifically relevant to the sustainability topics covered in the report.	Profilo del Gruppo p. 30	x
G4.7	Report the nature of ownership and legal form.	Corporate Governance p. 38-40	x
G4.8	Report the markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries).	Profilo del Gruppo p. 30	x
G4.9	Report the scale of the organization.	Piaggio in cifre p. 34	x
G4.10	Report the total number of employees by employment contract and gender. Report the total number of permanent employees by employment type and gender. Report the total workforce by employees and supervised workers and by gender. Report the total workforce by region and gender. Report whether a substantial portion of the organization's work is performed by workers who are legally recognized as self-employed, or by individuals other than employees or supervised workers, including employees and supervised employees of contractors. Report any significant variations in employment numbers (such as seasonal variations in employment in the tourism or agricultural industries).	Sviluppo delle risorse umane - Organico p.103-104	x
G4.11	Report the percentage of total employees covered by collective bargaining agreements.	Sviluppo delle risorse umane - Relazioni industriali p. 117-121	x
G4.12	Describe the organization's supply chain.	Gestione responsabile della catena di fornitura p. 132-135	x
G4.13	Report any significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain.	Sostenibilità ambientale p.89-90 Sviluppo delle risorse umane p.109-110	x
G4.14	Report whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization.	Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile p. 56-67 Sostenibilità ambientale p. 89-90	x
G4.15	List externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or which it endorses.	Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile - Progetti finanziati nazionali e europei p. 69-70	x
G4.16	List memberships of associations (such as industry associations) and national or international advocacy organizations in which the organization: <ul style="list-style-type: none"> • Holds a position on the governance body • Participates in projects or committees • Provides substantive funding beyond routine membership dues • Views membership as strategic This refers primarily to memberships maintained at the organizational level.	Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile - Progetti finanziati nazionali e europei p. 69-70 Sostegno alle comunità locali p. 138-143	x

G4 Content Index for "In accordance" - Core

GENERAL STANDARD DISCLOSURES		Page/Reference	External Limited Assurance
3. IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES			
G4.17	List all entities included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents. Report whether any entity included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents is not covered by the report. The organization can report on this Standard Disclosure by referencing the information in publicly available consolidated financial statements or equivalent documents.	Nota metodologica p. 23-24	x
G4.18	Explain the process for defining the report content and the Aspect Boundaries. Explain how the organization has implemented the Reporting Principles for Defining Report Content.	Nota metodologica p.22-26	x
G4.19	List all the material Aspects identified in the process for defining report content.	L'impegno del Gruppo Piaggio - Strategia di sostenibilità p. 13 Nota metodologica p. 23-24	x
G4.20	For each material Aspect, report the Aspect Boundary within the organization.	Nota metodologica p.22-26	x
G4.21	For each material Aspect, report the Aspect Boundary outside the organization.	Nota metodologica p.22-26	x
G4.22	Report the effect of any restatements of information provided in previous reports, and the reasons for such restatements.	Nota metodologica p.22-26	x
G4.23	Report significant changes from previous reporting periods in the Scope and Aspect Boundaries.	Nota metodologica p.22-26 Sviluppo delle risorse umane - Sviluppo organizzativo p.109-110	x
4. STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
G4.24	Provide a list of stakeholder groups engaged by the organization.	L'impegno del Gruppo Piaggio - Coinvolgimento degli stakeholder p.14-18	x
G4.25	Report the basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	L'impegno del Gruppo Piaggio - Coinvolgimento degli stakeholder p.14-18	x
G4.26	Report the organization's approach to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group, and an indication of whether any of the engagement was undertaken specifically as part of the report preparation process.	L'impegno del Gruppo Piaggio - Coinvolgimento degli stakeholder p.14-18	x
G4.27	Report key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting. Report the stakeholder groups that raised each of the key topics and concerns.	L'impegno del Gruppo Piaggio - Coinvolgimento degli stakeholder p.14-18	x

G4 Content Index for "In accordance" - Core				
GENERAL STANDARD DISCLOSURES		Page/Reference	External Limited Assurance	
5. REPORT PROFILE				
G4.28	Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided.	Il Corporate Social responsibility Report p.5 Nota metodologica p.22-26	x	
G4.29	Date of most recent previous report (if any).	Il Corporate Social responsibility Report p.5 Nota metodologica p.22-26	x	
G4.30	Reporting cycle (such as annual, biennial).	Il Corporate Social responsibility Report p.5 Nota metodologica p.22-26	x	
G4.31	Provide the contact point for questions regarding the report or its contents.	p. 162	x	
G4.32	Report the 'in accordance' option the organization has chosen. Report the GRI Content Index for the chosen option. Report the reference to the External Assurance Report, if the report has been externally assured. GRI recommends the use of external assurance but it is not a requirement to be 'in accordance' with the Guidelines.	Il Corporate Social responsibility Report p.5 Nota metodologica p.22-26	x	
G4.33	Report the organization's policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report.	Nota metodologica p.22-26 Relazione sulla revisione limitata del Corporate Social Responsibility Report p. 160-161	x	
6. GOVERNANCE				
G4.34	Report the governance structure of the organization, including committees of the highest governance body. Identify any committees responsible for decision-making on economic, environmental and social impacts.	Corporate Governance p. 38-41	x	
7. ETHICS AND INTEGRITY				
G4.56	Describe the organization's values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics.	Corporate Governance - Codice Etico p. 40 L'impegno del Gruppo Piaggio p. 10-13	x	
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
ECONOMIC				
<i>Aspect: Economic performance</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach	Trasparenza e creazione di valore economico - Determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto p. 46-47		x
G4.EC1	Direct economic value generated and distributed	Trasparenza e creazione di valore economico - Determinazione e distribuzione del Valore Aggiunto p. 46-47		x
G4.EC4	Financial assistance received from government	Trasparenza e creazione di valore economico - Contributi pubblici ed agevolazioni fiscali p. 48		x

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
ECONOMIC				
<i>Aspect: Market presence</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Sviluppo delle risorse umane - Policy di gestione delle risorse umane p. 104-105		x
G4.EC5	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage at significant locations of operation	Sviluppo delle risorse umane - Politiche di rewarding p.114-115		
G4.EC6	Proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation	Sviluppo delle risorse umane - Diversità e pari opportunità p.105-106		x
<i>Aspect: Indirect economic impacts</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Gestione responsabile della catena di fornitura p. 132-135 Sostegno alle comunità locali p. 138-143		x
G4.EC7	Development and impact of infrastructure investments and services supported	Gestione responsabile della catena di fornitura p. 132-135 Sostegno alle comunità locali p. 138-143		
G4.EC8	Significant indirect economic impacts, including the extent of impacts	Gestione responsabile della catena di fornitura p. 132-135 Sostegno alle comunità locali p. 138-143		x
ENVIRONMENTAL				
<i>Aspect: Materials</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91 Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile - Ecocompatibilità del prodotto e del processo p. 56-67		x
G4.EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials	Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile - Ecocompatibilità del prodotto e del processo p. 67	La rendicontazione è effettuata solo per una parte dei componenti (plastica).	x

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
ENVIRONMENTAL				
<i>Aspect: Energy</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91</p> <p>Sostenibilità ambientale - Riduzione dei consumi energetici p. 91-92</p>		x
G4.EN3	Energy consumption within the organization		<p>Sostenibilità ambientale - Riduzione dei consumi energetici p. 91-92</p>	x
G4.EN6	Reduction of energy consumption		<p>Sostenibilità ambientale - Riduzione dei consumi energetici p. 91-92</p>	
G4.EN7	Reductions in energy requirements of products and services		<p>Innovazione di prodotto e mobilità sostenibile - Ecocompatibilità del prodotto e del processo p. 67</p>	x
<i>Aspect: Water</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91</p> <p>Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95</p>		x
G4.EN8	Total water withdrawal by source		<p>Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95</p>	x
G4.EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water		<p>Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95</p>	x
G4.EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused		<p>Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95</p>	x
<i>Aspect: Biodiversity</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91</p> <p>Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95</p>		
G4.EN11	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas		<p>Sostenibilità ambientale - Biodiversità p. 96</p>	

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
ENVIRONMENTAL				
<i>Aspect: Emissions</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach	Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91 Sostenibilità ambientale - Riduzione delle emissioni di CO ₂ e altri inquinanti p. 93-94		x
G4.EN15	Direct greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 1)	Sostenibilità ambientale - Riduzione delle emissioni di CO ₂ e altri inquinanti p. 93-94		x
G4.EN16	Energy indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 2)	Sostenibilità ambientale - Riduzione delle emissioni di CO ₂ e altri inquinanti p. 93-94		x
G4.EN19	Reduction of greenhouse gas (GHG) emissions	Sostenibilità ambientale - Riduzione delle emissioni di CO ₂ e altri inquinanti p. 93-94		x
G4.EN20	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	Sostenibilità ambientale - Riduzione delle emissioni di CO ₂ e altri inquinanti p. 93-94		x
G4.EN21	NOX, SOX, and other significant air emissions	Sostenibilità ambientale - Riduzione delle emissioni di CO ₂ e altri inquinanti p. 93-94	Viene rendicontato il COV	x
<i>Aspect: Effluents and waste</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach	Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91 Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95 Sostenibilità ambientale - Gestione e recupero dei rifiuti p. 95-96		x
G4.EN22	Total water discharge by quality and destination	Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95		x
G4.EN23	Total weight of waste by type and disposal method	Sostenibilità ambientale - Gestione e recupero dei rifiuti p. 95-96		x
G4.EN24	Total number and volume of significant spills	Sostenibilità ambientale - Contaminazione del suolo p. 96		x

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
ENVIRONMENTAL				
<i>Aspect: Products and services</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91</p> <p>Sostenibilità ambientale - Conservazione delle risorse idriche p. 94-95</p> <p>Sostenibilità ambientale - Gestione e recupero dei rifiuti p. 95-96</p>		x
G4.EN27	Extent of impact mitigation of environmental impacts of products and services	Innovazione tecnologica e mobilità p.56-70		x
G4.EN28	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category	Innovazione tecnologica e mobilità - Ecocompatibilità del prodotto e del processo p. 67		
<i>Aspect: Compliance</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91</p> <p>Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42</p>		
G4.EN29	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p. 42		
<i>Aspect: Transport</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91</p> <p>Sostenibilità ambientale - Logistica p. 99</p>		
G4.EN30	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials for the organization's operations, and transporting members of the workforce	Sostenibilità ambientale - Logistica p. 99		

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
ENVIRONMENTAL				
<i>Aspect: Overall</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Sostenibilità ambientale - Certificazioni ambientali p. 91 Sostenibilità ambientale - Spese e investimenti per l'ambiente p. 96-97		x
G4.EN31	Total environmental protection expenditures and investments by type	Sostenibilità ambientale - Spese e investimenti per l'ambiente p. 96-97		x
SOCIAL				
LABOUR PRACTICES AND DECENT WORK				
<i>Aspect: Employment</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Sviluppo delle risorse umane - Policy di gestione del personale p. 104-105		x
G4.LA1	Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender, and region	Sviluppo delle risorse umane - Organico p.103-104	La rendicontazione è effettuata solo per l'Italia.	x
G4.LA2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operation	Sviluppo delle risorse umane - Politiche di rewarding p. 115		x
G4.LA3	Return to work and retention rates after parental leave, by gender	Sviluppo delle risorse umane - Diversità e pari opportunità p.108-109		x
<i>Aspect: Labour/management relations</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Sviluppo delle risorse umane - Policy di gestione del personale p. 104-105 Sviluppo delle risorse umane - Relazioni industriali p. 117-121		x
G4.LA4	Minimum notice periods regarding operational changes, including whether these are specified in collective agreements	Sviluppo delle risorse umane - Relazioni industriali p. 117-121		x

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
SOCIAL				
<i>Aspect: Occupational health and safety</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach	Sviluppo delle risorse umane - Policy di gestione del personale p. 104-105 Sviluppo delle risorse umane - Sicurezza e medicina del lavoro p.121-129		x
G4.LA5	Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs	Sviluppo delle risorse umane - Sicurezza e medicina del lavoro p.121-129		
G4.LA6	Type of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and total number of workrelated fatalities, by region and by gender	Sviluppo delle risorse umane - Sicurezza e medicina del lavoro p.121-129	Viene rendicontato l'indice di frequenza.	x
G4.LA7	Workers with high incidence or high risk of diseases related to their occupation	Sviluppo delle risorse umane - Sicurezza e medicina del lavoro p.121-129		
G4.LA8	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	Sviluppo delle risorse umane - Relazioni industriali p. 117-121		x
<i>Aspect: Training and education</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach	Sviluppo delle risorse umane - Policy di gestione del personale p. 104-105 Sviluppo delle risorse umane - Sviluppo del capitale umano p. 110-113		x
G4.LA9	Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category	Sviluppo delle risorse umane - Formazione p. 113-114		x
G4.LA10	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	Sviluppo delle risorse umane - Sviluppo del capitale umano p. 110-113		x
G4.LA11	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category	Sviluppo delle risorse umane - Sviluppo del capitale umano p. 110-111		x
<i>Aspect: Diversity and equal opportunity</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach	Sviluppo delle risorse umane - Policy di gestione del personale p. 104-105		x
G4.LA12	Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity	Sviluppo delle risorse umane - Diversità e pari opportunità p.105-109		x
<i>Aspect: Equal remuneration for women and men</i>				
G4.DMA	a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach	Sviluppo delle risorse umane - Policy di gestione del personale p. 104-105 Sviluppo delle risorse umane - Politiche di rewarding p.114-115		
G4.LA13	Ratio of basic salary and remuneration of women to men by employee category, by significant locations of operation	Sviluppo delle risorse umane - Politiche di rewarding p.115		

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
SOCIAL				
HUMAN RIGHTS				
<i>Aspect: Investment</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Corporate Governance - Codice Etico p. 40</p> <p>Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42</p>		
G4.HR1	Total number and percentage of significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	<p>Corporate Governance - Codice Etico p. 40</p> <p>Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42</p>		
<i>Aspect: Non discrimination</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Corporate Governance - Codice Etico p. 40</p> <p>Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42</p>		
G4.HR3	Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken	<p>Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42</p>		
<i>Aspect: Freedom of association and collective bargaining</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sviluppo delle risorse umane - Relazioni industriali p. 117-121</p>		x
G4.HR4	Operations and suppliers identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and measures taken to support these rights	<p>Sviluppo delle risorse umane - Relazioni industriali p. 117-121</p>		x
<i>Aspect: Child labour</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Corporate Governance - Codice Etico p. 40</p> <p>Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42</p>		
G4.HR5	Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor	<p>Corporate Governance - Codice Etico p. 40</p> <p>Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42</p>		

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES			
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions
External Limited Assurance			
SOCIAL			
HUMAN RIGHTS			
<i>Aspect: Forced or compulsory labour</i>			
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Codice Etico p. 40 <p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rispetto di leggi e regolamenti p.42 	
G4.HR6	Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor	<p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Codice Etico p. 40 <p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rispetto di leggi e regolamenti p.42 	
<i>Aspect: Human rights grievance mechanisms</i>			
SOCIAL			
SOCIETY			
<i>Aspect: Local communities</i>			
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Sostegno alle comunità locali p. 138-143</p>	
G4.SO1	Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs	Sostegno alle comunità locali p. 138-143	
<i>Aspect: Anti corruption</i>			
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Codice Etico p. 40 <p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rispetto di leggi e regolamenti p.42 	
G4.SO5	Confirmed incidents of corruption and actions taken	<p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Codice Etico p. 40 <p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rispetto di leggi e regolamenti p.42 	
<i>Aspect: Public policy</i>			
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	<p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Codice Etico p. 40 	
G4.SO6	Total value of political contributions by country and recipient/beneficiary	<p>Corporate Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Codice Etico p. 40 	

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
SOCIAL				
SOCIETY				
<i>Aspect: Anti-competitive behaviour</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
G4.S07	Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
<i>Aspect: Compliance</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
G4.S08	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
SOCIAL				
PRODUCT RESPONSIBILITY				
<i>Aspect: Customer health and safety</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Innovazione tecnologica e mobilità sostenibile - Linee guida della ricerca; Applicazioni p.59-68 Soddisfazione delle esigenze dei clienti - Affidabilità e qualità dei prodotti p. 74-77		x
G4.PR1	Percentage of significant product and service categories for which health and safety impacts are assessed for improvement	Innovazione tecnologica e mobilità sostenibile - Linee guida della ricerca; Applicazioni p.59-68 Soddisfazione delle esigenze dei clienti - Affidabilità e qualità dei prodotti p. 74-77		x

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
SOCIAL				
PRODUCT RESPONSIBILITY				
<i>Aspect: Product and service labeling</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Soddisfazione delle esigenze dei clienti - Affidabilità e qualità dei prodotti p. 74-77		x
G4.PR3	Type of product and service information required by the organization's procedures for product and service information and labeling, and percentage of significant product and service categories subject to such information requirements	Soddisfazione delle esigenze dei clienti - Affidabilità e qualità dei prodotti p. 74-77		x
G4.PR5	Results of surveys measuring customer satisfaction	Soddisfazione delle esigenze dei clienti - Clienti p.79-81		
<i>Aspect: Marketing communications</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
G4.PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship, by type of outcomes	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
<i>Aspect: Customer privacy</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
G4.PR8	Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES				
MATERIAL ASPECTS		Page/Reference	Omissions	External Limited Assurance
SOCIAL				
PRODUCT RESPONSIBILITY				
<i>Aspect: Compliance</i>				
G4.DMA	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach 	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		
G4.PR9	Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services	Corporate Governance - Rispetto di leggi e regolamenti p.42		

RODRIFF



Relazione sulla revisione limitata del Corporate Social Responsibility Report



RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT 2014

Agli Azionisti di
Piaggio & C. SpA

Abbiamo svolto un esame limitato ("*limited assurance engagement*") del Corporate Social Responsibility Report (di seguito il "Report") del Gruppo Piaggio (di seguito il "Gruppo") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014.

Responsabilità degli Amministratori per il Report

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Report in conformità alle linee guida "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*" definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "Nota metodologica" del Report, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un *corporate social responsibility report* che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Piaggio in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità del revisore

E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "*International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" ("*ISAE 3000*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il Report non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Report, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266790901 Cap. Soc. Euro 3.700.000,00 I.v. - C.F. e P.IVA e Iscrizione al Reg. Imp. Milano n° 02330150967 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Glimma 72 Tel. 0805640311 Fax 0805640349 - Bologna 40126 Via Argento Fieschi 8 Tel. 0510386211 - Firenze 50121 Viale Gramsci 13 Tel. 0552482811 Fax 0552482890 - Genova 16121 Piazza Piccolapetra 9 Tel. 01029041 - Napoli 80121 Piazza dei Martiri 58 Tel. 08136181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734399 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256113 Fax 0917829221 - Roma 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06670831 Fax 06670832536 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - Treviso 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422315711 Fax 0422315798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 Fax 040364737 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia SpA
www.pwc.com/it



Le procedure svolte sul Report hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Report, nei quali si articolano le "G4 Sustainability Reporting Guidelines", e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo "Trasparenza e creazione di valore economico" del Report e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2014, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi degli articoli 14 e 16 del DLgs 27 gennaio 2010, n° 39, in data 18 marzo 2015;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Report, con riferimento alle modalità di identificazione, in termini di loro priorità, per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Report. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con il personale della Direzione della Piaggio & C. SpA, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Report, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Report;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Report, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Report;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Report rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Report" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli *stakeholder*, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Piaggio & C. SpA, sulla conformità del Report alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Report", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

I dati e le informazioni oggetto dell'esame limitato sono riportati, come previsto dalle "G4 Sustainability Reporting Guidelines", nella tabella del "GRI Content Index" del Report.



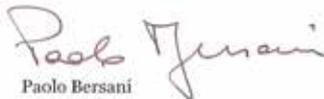
Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Corporate Social Responsibility Report del Gruppo Piaggio al 31 dicembre 2014 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Report.

Torino, 03 aprile 2015

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA


Paolo Bersani
(Partner)



Si ringraziano tutti i colleghi che, con la loro preziosa collaborazione, hanno reso possibile la redazione del presente documento.

Il presente documento è disponibile su Internet all'indirizzo: www.piaggiogroup.com

Questo documento è stato pubblicato in data 3 aprile 2015

Contatti

Comitato etico

E-mail: businessethics.committee@piaggio.com

Investor relations

Raffaele Lupotto

E-mail: investorrelations@piaggio.com

Tel. +39 0587 272286

Fax +39 0587 276093

Ufficio stampa

E-mail: press@piaggio.com

www.piaggiogroup.com



PIAGGIO & C. s.p.a.

Direzione e Coordinamento

IMMSI S.p.A.

Cap. Soc. Euro 207.613.944,37 i.v.

Sede legale: Pontedera (PI) viale R. Piaggio, 25

Reg. Imprese Pisa e Codice fiscale 04773200011

R.E.A. Pisa 134077

