

Quarterly magazine
Year 17
December 2010

wide

PIAGGIO MAGAZINE

**FUTURO
SOSTENIBILE
E MOBILITÀ**

**Intervista al
Presidente del
WWF Italia**

*(A sustainable future
and mobility: interview with
the president of WWF Italia)*

**TALENTI
GLOBALI**

**India, Vietnam,
Europa: crescere
nel Gruppo Piaggio**

*(Global talents
India, Vietnam, Europe:
skill enhancement
in the Piaggio Group)*



L'impresa della responsabilità

(The responsible enterprise)



YOU CAN LOSE YOUR WAY,
NEVER YOUR COURAGE.

THE TRUE BIKERS ARE BACK.



Stelvio 1200 NTX

Certain feelings can never be forgotten. They lie silent somewhere deep in your soul, ready to be aroused. This moment has arrived: pride has returned, the true bikers are back. We will reclaim the road and the pleasure of riding free. The Moto Guzzi dealers are awaiting to relight your fire.



WWW.MOTOGUZZI.IT

WIDE

Piaggio Magazine

Quarterly magazine published by Piaggio & C. S.p.A.
Magazine trimestrale edito da Piaggio & C. S.p.A.
Registrazione del Tribunale di Pisa
n. 3 del 15/05/1993 - Anno 17 - N. 4 Dicembre 2010

Editor

Direttore Responsabile
Francesco Fabrizio Delzino

Steering Committee

Comitato Editoriale
Michele Palladini, Davide Fabio Scotti, Ravi Chopra,
Carlo Cappola, Juan Felipe Criticochea, Franco Fenoglio,
Luciano Franciosi, Giancarlo Milanti, Pedro Guipado,
Costantino Sambuy, Stefano Sterpone, Paolo Timoni,
Gabriele Galli, Leo Francesco Mercanti, Roberto M. Zerbi

Senior Editor

Caporedattore
Graziella Teta

Contributors

Collaboratori
Stefania Giorgioni, Paolo Pezzini, Isabella Spinella,
Daniele Torresan, Andrea Zoccarato

Editorial Staff

Organizzazione Redazionale
Mariangelo Giampolo, Bruna Fluchino

Editorial Office

Redazione
WIDE Piaggio Magazine
Viale Rinaldo Piaggio, 25
56025 Pontedera (Pisa) - Italy
Tel/Phone: +39 0587 272943
Fax: +39 0587 276237
wide@piaggio.com
wide online: www.piaggiogroup.com

Rome office:
Via Abruzzi, 25 - 00187 Roma
Tel/Phone: +39 06 42293201

Milan office:
Via Broletto, 13 - 20122 Milano
Tel/Phone: +39 02 7621261

Editing, photo research, graphics and layout

Supporto editoriale e fotografico,
grafica e impaginazione
Edipress Srl - www.edipress.com

Printed by:

Stampa: Pacini Editore S.p.A. - Via Gherardesca, 1
56121 Ospedaletto (Pisa)

Wide Piaggio Magazine is printed
on ECF chlorine-free paper

Wide Piaggio Magazine is stampato su
carta ECF chlorine-free

© Copyright 2010 - Piaggio & C. S.p.A. Pontedera

All rights reserved.
Reproduction, even partial, is prohibited
Tutti i diritti riservati.
Vietata la riproduzione anche parziale.

© Wide Piaggio Magazine is a registered
trademark - Piaggio & C. S.p.A. - Pontedera

All rights reserved.



OVERVIEW 003

PRIME 004

Piaggio e la
Social Responsibility
Piaggio and social responsibility

Un 2010 "sociale": 008

iniziative su due e tre ruote
*A "social" 2010:
initiatives on two and three wheels*

CSR: storie di successo 010

nel mondo
CSR: Worldwide success stories

OPINIONS 012

Alla ricerca di un futuro
sostenibile
In search of a sustainable future

Intervista a / Interview with Stefano Leoni 013

Intervista a / Interview with Riccardo Varaldo 015

GLOBAL 018

Talenti Globali
Global Talents

La Piaggio in India: un 019

successo "comunitario"
*Piaggio in India:
a "community" success*



Giovani, motivati e integrati. 022

Il modello Piaggio Vietnam
*Young, motivated and integrated.
The Piaggio Vietnam model*

Piaggio Way: come nascono 024

i manager di domani
*Piaggio Way: creating
tomorrow's managers*

VOICES 026

Ibridi ed elettrici:
l'innovazione "verde" di Piaggio
*Hybrid and electric: "green"
innovation at Piaggio*

INSIDE 029

68° EICMA: le novità
del mondo due ruote e una
"sorpresa" a quattro ruote per
mezzo milione di visitatori
*68th EICMA: new two-wheeler
entries and a four-wheeler
"surprise" for half a million visitors*

"Natale in Vespa" 031

allo Spazio Broletto 13
*"Christmas Vespa style"
at Spazio Broletto 13*

RIDE PASSION 035

Generazione Tuono 2.0
Generation Tuono 2.0



RACING 041

Aprilia conquista i Faraoni
Aprilia conquers the Pharaohs

Marc Marquez e Derbi 042

campioni del mondo classe 125
*Marc Marquez and Derbi
win the 125cc world titles*

NEW 050

Piaggio MP3 Yourban

Vespa PX, il ritorno del mito 052

Vespa PX, the legend returns

Norge GT 8V 054

Viaggio in prima classe
*Moto Guzzi Norge GT 8V
A first-class ride*

ON THE ROAD 057

Dall'Alaska alla Patagonia
su Moto Guzzi Stelvio NTX
*From Alaska to Patagonia
on the Moto Guzzi Stelvio NTX*

BACKSTAGE 038

PIAGGIO STYLE 044

COMMUNITY 046

TIMELESS 048

LA POSTA DI MAX 060



Impresa e responsabilità: la doppia sfida per il futuro

Enterprise and responsibility: the dual challenge for the future

Fare impresa oggi vuol dire essere responsabili. Verso gli azionisti e gli investitori, “producendo” profitti e trasparenza d’azione. Verso i clienti, vendendo loro non solo brand ma soprattutto qualità, innovazione tecnologica e affidabilità. Verso gli stessi lavoratori di quell’impresa, che hanno il diritto-dovere di essere nelle condizioni migliori per produrre ricchezza con i loro talenti ed il loro impegno quotidiano. Verso le comunità territoriali, perché percepiscano sempre più le imprese come motori di sviluppo senza i quali il futuro rischia di essere peggiore del presente. Verso i media, infine, perché non ci siano zone grigie (vere o presunte) in cui far prosperare il gos-

tip economico-finanziario, l’insinuazione incontrollabile e incontrollata, il sensazionalismo fine a se stesso. Ma essere responsabili oggi è un’impresa. Vuol dire spesso sottoporsi a regole e processi burocratici ulteriori o autoregolamentarsi in modo ancora più rigoroso.

Vuol dire perseguire la strada faticosa, talvolta improba, del dialogo costante e del consensus building con istituzioni e sindacati. Vuol dire in sostanza investire su un “sistema” di uomini, regole e culture, abbandonando l’inesauribile tentazione di fare da soli. Nella speranza che questo “sistema” abbia la forza di costruire lo sviluppo di domani e non si attesti, semplicemente, sulla difesa dei diritti e delle rendite dell’oggi.

Running an enterprise today means being responsible. With respect to shareholders and investors, by “producing” profits and operating in a transparent manner. With respect to customers, by offering them not only brands, but above all quality, technological innovation and reliability. With respect to the enterprise’s own employees, who have the right and the duty to work in the best conditions in order to generate wealth through their talents and their daily commitment. With respect to local communities, to build perception of business organisations as growth drivers without which the future risks being worse than the present. Finally, with respect to the media, to ensure there are no grey areas – real or presumed – where economic-financial

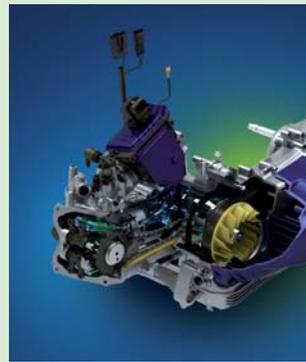
gossip, uncontrollable and uncontrolled insinuation and sensationalism for its own sake can prosper. But being responsible today is a formidable undertaking. It often means having to comply with additional bureaucratic rules and processes or regulating operations on an even more rigorous voluntary basis. It means following the laborious and sometimes tortuous path of constant dialogue and consensus building with the authorities and the unions. In short, it means investing in a “system” of people, rules and cultures, and resisting the ever-present temptation to go it alone. In the hope that the “system” is strong enough to generate growth for the future and does not focus simply on preserving current rights and positions.

PRIME



Nelle foto, da sinistra in senso orario: Porter Electric protagonisti della spedizione Overland 13; Piaggio MP3 Hybrid, il primo scooter ibrido al mondo; Porter è il primo veicolo commerciale a motorizzazione elettrica; il motore di MP3 a doppia alimentazione termica ed elettrica; team della consociata Piaggio in India.

Photos, clockwise from left: Porter Electric vans were the stars of the Overland 13 expedition; the Piaggio MP3 Hybrid, the world's first hybrid scooter; the Porter is the first commercial vehicle with an electric engine; the MP3 parallel drive system with an internal combustion engine and electric motor; the team at the Piaggio subsidiary in India.



PIAGGIO E LA SOCIAL RESPONSIBILITY

Uomini, valori, tecnologia: un "bilancio" etico proiettato sul futuro

di **Alessandra Simonotto**

«**I**l ruolo ed il valore sociale sono scritti oggi nel DNA del Gruppo Piaggio: una comunità di persone, di idee, di passioni che danno vita a tecnologie, prodotti e "sogni" in ogni angolo del Mondo». Con questa frase il Presidente e AD Roberto Colaninno iniziava la "Lettera agli stakeholders" che ha accompagnato il primo Report sulla Responsabilità Sociale pubblicato dal Gruppo Piaggio per l'anno 2008. La scelta di declinare in modo diverso l'"essere" Piaggio nasce in realtà nel 2008, con la costituzione del Comitato Etico. Già dall'inizio della sua operatività il Comitato Etico ha lavorato per fare emergere e consolidare la capacità del Gruppo Piaggio di creare valore per gli stakeholders – clienti, dipendenti, azionisti e investitori, dealer, fornitori, sindacati, comunità locali, scuole, università e istituti di ricerca, Pubblica Amministrazione, media, organizzazioni e associazioni di categoria – nel rispetto dell'etica degli affari e della trasparenza totale di azioni e comportamenti. La soluzione individuata è stata l'adozione di un nuovo strumento di rendicontazione annuale delle performance del Gruppo nel mondo: non un resoconto economico, che già trova una completa realizzazione nei Bilanci e nelle Relazioni infrannuali del Gruppo, ma un importante veicolo di comunicazione delle performances ambientali e sociali del Gruppo, nonché un modo per instaurare e sviluppare un dialogo con i tutti gli stakeholders interni ed esterni. Nel definire il proprio percorso di sostenibilità, in termini di strategia, gestione e modelli di rendicontazione, il Gruppo Piaggio ha seguito le più importanti linee guida e best practices nazionali ed

Piaggio and social responsibility

«Social role and value are second nature to the Piaggio Group: a community of people, ideas and passions that create technologies, products and "dreams" in all four corners of the world.» This is the opening of Chairman and CEO Roberto Colaninno's "Letter to the Stakeholders" in the Piaggio Group's first Corporate Social Responsibility Report, for 2008.

The decision to take a different approach to "being" Piaggio was made in 2008, with the formation of the Ethics Committee. Right from the start, the Committee has worked to develop and consolidate the Piaggio Group's ability to create value for its stakeholders – customers, employees, shareholders and investors, dealers, suppliers, trade unions, local communities, schools, universities and research institutes, public authorities, media, NPOs and trade associations – compatibly with ethical business practices and full transparency in its actions and conduct.

The solution chosen by the Group was a new annual report on worldwide performance: not a business report, a function already covered by Piaggio's annual and interim financial reports, but an important document illustrating Group environmental and social performance that would also be a tool to build a dialogue with all stakeholders, internal and external. In charting its sustainability approach in terms of strategy, management and reporting models, the Piaggio Group implements



internazionali. Il modello di CSR del Gruppo Piaggio trova la sua origine nella mission e nei valori che hanno contraddistinto l'Azienda nella sua storia e che oggi sono alla base del codice Etico. La mission e i valori del Codice Etico 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. Gli obiettivi strategici della Social Responsibility del Gruppo si sviluppano infatti secondo quattro direttrici: la trasparenza ed il valore economico, l'innovazione tecnologica eco-compatibile, la sostenibilità ambientale e lo sviluppo delle risorse umane e del contesto. Tali direttrici sono declinate a loro volta in un piano strategico che si sviluppa con riferimento ai diversi stakeholders individuati, definendo obiettivi da perseguire nel triennio 2010-2012 e rendicontando, anno dopo anno e con la massima trasparenza, i risultati conseguiti. L'obiettivo di fondo è quello di porsi sempre nuovi e più sfidanti traguardi, in un percorso di miglioramento costante e continuo di responsabilità sociale. Alla luce di tutto questo, il CSR Report 2009 si caratterizza come un documento attraverso il quale Piaggio vuole rappresentare la sua capacità di essere internazionale, mantenendo i valori dell'italianità ed esportando nel mondo un modello imprenditoriale incentrato sulla capacità d'innovazione, da un lato, e sul forte legame con i territori nei quali opera, dall'altro. Nel processo di internazionalizzazione, Piaggio non ha esportato soltanto investimenti, tecnologie e know-how, ma anche una vera e propria 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 infatti patrimonio comune del Gruppo Piaggio, ovunque nel mondo. 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 stakeholders costituisca uno degli elementi fondamentali per lo sviluppo dell'Azienda e, allo stesso tempo, delle comunità all'interno delle quali opera. Per raggiungere questo obiettivo la crescita deve estendersi oltre il perimetro aziendale e abbracciare anche fornitori e dealer, per i quali Piaggio vuole rap-

the leading national and international guidelines and best practices.

The Piaggio Group's CSR model is rooted in its historic mission and values, which now form the foundation of its Code of Ethics. The mission and values of the Code of Ethics translate into strategic sustainability objectives in the four core areas of Group sustainability: economic sustainability, product sustainability, environmental sustainability and social sustainability. Piaggio's strategic Social Responsibility goals operate on four fronts: economic transparency and value, eco-compatible technological innovation, environmental sustainability and development of human resources and context.

These four goals are, in turn, the pillars of a strategic plan geared to the Group's stakeholders, which sets out the goals to be pursued in the three years 2010-2012 and provides for fully transparent annual reporting on the results achieved. Ultimately, the Group will set new and increasingly challenging targets as part of a program of continuous improvement and on-going social responsibility.

In light of the above, the 2009 CSR Report is a document through which Piaggio sets out to illustrate its ability to be an international player while maintaining its values as an Italian enterprise and exporting around the world an entrepreneurial model designed to build a capacity for innovation on one hand, and close ties with the communities in which it operates on the other. Through its international growth, Piaggio has exported not only investments, technology and know-how, but also a genuine enterprise philosophy characterised by a strong sense of social responsibility: a culture of safety, respect for people and conservation of natural resources are the common legacy of the Piaggio Group, everywhere in the world.

In this sense, the Group regards development of cutting-edge solutions as the critical success factor for its investment decisions and industrial initiatives: innovation designed to cut harmful emissions and fuel consumption, and improve vehicle safety.

Furthermore, the Piaggio Group is convinced that stakeholder engagement is fundamental for the growth of the company and of the communities in which it works. To achieve this, growth must be extended beyond Piaggio's corporate confines to include suppliers and dealers, for whom Piaggio

presentare un partner affidabile, con cui costruire un percorso di sviluppo comune, volto alla creazione di valore per il cliente finale. Infine, 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. «Ma il vero pilastro sociale del Gruppo sono i nostri uomini e le nostre donne. Un patrimonio inestimabile: in Italia, in Europa, in Asia la loro passione e la loro professionalità rappresentano la carta di identità migliore di Piaggio» (Roberto Colaninno, CSR Report 2009).

intends to be a reliable partner, growing together and creating value for the end customer. Finally, it knows that lasting success is closely tied to the confidence and satisfaction of customers: the company must listen to, inform and respect its customers, building relations based on transparency and confidence. «However the Group's employees are its true mainstay. They represent an invaluable heritage. In Italy, Europe and Asia, their passion and professionalism stand for what Piaggio does best.» (Roberto Colaninno, CSR Report 2009).

Nota

Il CSR viene redatto in conformità alle Linee Guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2006 dal Global Reporting Initiative (GRI - G3). Nel 2009, tenuto conto del livello di copertura della mappa di indicatori previsti, il CSR Piaggio è risultato conforme al livello B del GRI - G3 ed è stato sottoposto a revisione limitata da parte di Deloitte che ha consentito di ottenere dal Global Reporting Initiative la certificazione B+.

Note

The CSR is prepared in compliance with the "Sustainability Reporting Guidelines" published by the Global Reporting Initiative (GRI-G3) in 2006. In 2009, based on the level of coverage of the sustainability indicator map, the Piaggio CSR corresponded to GRI-G3 level B and underwent a limited audit conducted by Deloitte, as a result of which it received B+ certification from the Global Reporting Initiative.



UN 2010 "SOCIALE": INIZIATIVE PRIME SU DUE E TRE RUOTE

Aprilia Racing e AMREF

Aprilia Racing e il Gruppo Piaggio hanno deciso di condividere con chi è meno fortunato i successi di una stagione agonistica straordinariamente ricca di soddisfazioni, ospitando il logo di AMREF sulle carene delle Aprilia RSV4 che hanno dominato il Mondiale Superbike 2010. AMREF (African Medical and Research Foundation) è la principale organizzazione sanitaria no profit del continente africano. Nata a Nairobi nel 1957 per iniziativa di tre chirurghi, oggi impiega in Africa oltre 800 persone (per il 97% africani) e gestisce circa 140 progetti di sviluppo sanitario in Etiopia, Kenya, Sudafrica, Sudan, Tanzania e Uganda.

Aprilia Racing and AMREF

Aprilia Racing and the Piaggio Group have decided to share with the less fortunate the triumphs of a hugely successful racing season by placing the AMREF logo on the fairings of the Aprilia RSV4 bikes that won the 2010 Superbike World Championship. AMREF, the African Medical and Research Foundation, is the largest non-profit healthcare organisation operating in Africa. Established in Nairobi in 1957 by three surgeons, today it has more than 800 employees in Africa (97% of whom are Africans) and runs approximately 140 medical development projects in Ethiopia, Kenya, South Africa, Sudan, Tanzania and Uganda.



All'asta la carena della moto campione SBK

Aprilia ha aderito alla campagna "Fermiamo l'Aids sul nascere", promossa dall'organizzazione umanitaria Cesvi per contrastare la diffusione del virus HIV in Zimbabwe. Una carena in carbonio – completa di cupolino, fiancate e codino – dell'Aprilia Alitalia RSV4 SBK, la moto campione del mondo 2010 con Max Biaggi, è andata all'asta su eBay. La raccolta fondi è stata supportata, domenica 19 dicembre, dalla maratona radiofonica di 24 ore di Radio DeeJay. La carena numero 3 di Max ha riscosso grande successo: le offerte ricevute sono state le più numerose tra i molti oggetti messi all'asta, donati da personaggi famosi dello sport e dello spettacolo, a testimonianza della grande popolarità del binomio Biaggi-Aprilia.

The fairing of SBK champion bike for auction

Aprilia took part in the anti-AIDS campaign – Fermiamo l'Aids sul nascere – promoted by the CESVI humanitarian organisation to fight the spread of the HIV virus in Zimbabwe. Complete with top, tail, and side panels, the carbon fibre fairing of the Aprilia Alitalia RSV4 SBK, the 2010 world champion bike ridden to victory by Max Biaggi, was auctioned on eBay. The fund raising initiative was backed by a 24-hour marathon on Radio DeeJay on Sunday 19 December. Max's fairing number 3 proved to be a great success, attracting one of the largest number of bids of all the many objects donated to the auction by celebrities from sport and entertainment, confirming the enormous popularity of the Biaggi-Aprilia duo.



Ancma: occhio alla moto

Confindustria ANCMA (Associazione Nazionale Ciclo Motociclo Accessori) ha lanciato la campagna di sensibilizzazione "Occhio alla moto", il primo progetto di comunicazione in Italia dedicato alla sicurezza dei motociclisti. Duplice è l'obiettivo dell'iniziativa: da un lato sensibilizzare gli automobilisti ad una maggiore attenzione verso i centauri, dall'altro promuovere tra i motociclisti comportamenti più prudenti. Nel corso del 2010 il Gruppo Piaggio ha sostenuto con determinazione questa iniziativa.

Ancma: watch out for motorbikes

Confindustria ANCMA, the association of Italy's leading two-wheeler constructors, has launched "Occhio alla moto" ("Watch out for motorbikes"), the first communication campaign in Italy to raise awareness about motorcyclist safety. The initiative aims to achieve two goals: first, to make drivers more careful about motorcyclists on the roads, and, second, to encourage motorcyclists to drive safely. The Piaggio Group was a convinced supporter of the campaign during the course of the year.



Energie rinnovabili a Pisa

Dall'1 al 3 luglio, a Pisa, si è svolto il "Green City Energy": il Primo Forum Internazionale dedicato alle nuove energie per lo sviluppo competitivo e sostenibile della città. Obiettivo di Green City Energy è porsi come luogo di scambio di "best practices" a livello italiano ed europeo per rendere più "vivibili" le città in cui viviamo. Ad inaugurare l'evento un corteo di mezzi elettrici – guidato dal sindaco di Pisa Marco Filippeschi – in cui spiccavano l'MP3 Hybrid e il Porter Elettrico.

Renewable energy in Pisa

"Green City Energy", the first international forum on the new forms of energy for sustainable competitive growth of cities, was held in Pisa, from 1 to 3 July. The purpose of Green City Energy was to organise a round-table on Italian and European best practices to improve city life. The event opened with a procession of electric vehicles – headed by Pisa mayor Marco Filippeschi – including the MP3 Hybrid and the Porter Electric.



A “SOCIAL” 2010: INITIATIVES ON TWO AND THREE WHEELS

PRIME

Un'Ape per i bambini dell'Abruzzo

Un'Ape 50 dai colori giallo a nero, decorata con motivi floreali e una livrea che richiama quella dell'ape, l'operoso insetto da cui il celebre tre ruote Piaggio prende il nome. È l'Ape Tau che Piaggio ha messo a disposizione dei bambini dell'asilo di Coppito, in provincia de L'Aquila, per portare un aiuto concreto alle popolazioni colpite dal terremoto dell'aprile 2009. La consegna è avvenuta il 6 ottobre scorso durante l'inaugurazione dell'asilo nido "Ape Tau - Luigi Masotto". L'Ape 50 "Ape Tau" verrà utilizzata per la manutenzione del parco comunale dove giocano i bimbi dell'asilo.

An Ape van for the children of Abruzzo

An Ape 50, decorated with a floral motif and the yellow and black livery of a bee, the industrious insect for which Piaggio's famous three-wheeler was originally named. This is the Ape Tau, donated by Piaggio for the children of the nursery school of Coppito in the province of L'Aquila, as a tangible contribution to help the communities hit by the earthquake of April 2009. The van was presented on 6 October at the opening of the "Ape Tau - Luigi Masotto" nursery school. The "Ape Tau" Ape 50 will be used for the upkeep of the public park where the children attending the nursery school play.



A Singapore il Vespa Team per i disabili

Lo staff di Piaggio Asia Pacific ha dedicato una giornata delle proprie vacanze natalizie per sostenere la "Riding for the Disabled Association" di Singapore. L'associazione aiuta i bambini con disabilità fisiche e mentali attraverso la "pet therapy", insegnando loro in particolare ad andare a cavallo. La sede della RDA però era da tempo in pessimo stato: sono così intervenuti i volontari del "Vespa Team", che hanno pulito e ristrutturato la struttura iplica ed hanno preparato 600 "Goodie bags" per una raccolta fondi.

In Singapore the Vespa Team helps disabled

The staff of Piaggio Asia Pacific devoted a day of their Christmas vacation to help Singapore's Riding for the Disabled Association. The organisation provides "pet therapy" for children with physical and mental disabilities, with a special focus on teaching them to ride. For some time, however, the offices of the RDA had been in a poor state of repair: so the volunteers of the "Vespa Team" came to the rescue, cleaning and restructuring the riding centre and preparing 600 "Goodie bags" to raise funds.



Vespa per la ricerca

Piaggio Group Americas ha partecipato all'iniziativa "Breast Cancer Awareness Month": cinque eventi realizzati negli Stati Uniti nel mese di ottobre per sensibilizzare l'opinione pubblica alla prevenzione e alla lotta contro il cancro. Donate cinque Vespa LX 150, in edizione speciale con livrea rosa (colore-simbolo dell'iniziativa): sono state le protagoniste delle aste organizzate per raccogliere fondi da destinare alla ricerca scientifica. Testimonials degli eventi sono state i migliori chef dei ristoranti newyorkesi, che hanno cucinato per il pubblico. Un'altra Vespa è stata donata all'American Italian Cancer Foundation in occasione del 30° "Benefit Dinner&Auctions", che si è svolto a New York in novembre. I fondi raccolti finanzieranno dottorati di ricerca e screening per le donne meno abbienti.

Vespa for research

Piaggio Group Americas recently took part in "Breast Cancer Awareness Month": five events held in the USA in October to raise public awareness about cancer prevention and treatment. The US division donated five Vespa LX 150 scooters, produced in a special pink livery (the pink ribbon is the symbol of the initiative), to be put up for auction in the drive to raise funds for scientific research. The top New York chefs stood as testimonials for the events, and cooked for the public. A sixth Vespa was donated to the American Italian Cancer Foundation for the 30th "Benefit Dinner&Auctions", held in New York in November. The funds raised by the auctions will be used to finance research doctorates and screening programmes for less affluent women.



Biblioteca de L'Aquila

Come partner della Fiera dell'Editoria per ragazzi "Tra le pagine della rinascita", che si è svolta nella "zona rossa" de L'Aquila dal 15 al 17 ottobre 2010, Piaggio ha contribuito alla ricostruzione della Biblioteca civica.

The L'Aquila Library

As a partner of the Children's Book Fair entitled "Tra le pagine della rinascita" - the pages of a new start - held in the "red zone" of the city of L'Aquila from 15 to 17 October 2010, Piaggio has made a contribution to the reconstruction of the civic library.

Roma: nuovi alberi per il parco dell'Aniene

Per la prima volta il lancio di un nuovo scooter è una buona notizia per l'ambiente: le emissioni create dalla conferenza stampa, dai test ride e dall'utilizzo di trenta MP3 Hybrid per un anno, sono state compensate da 180 nuovi alberi. Piaggio, aderendo al progetto Impatto Zero® di LifeGate, ha contribuito a riforestare la riserva naturale Valle dell'Aniene a Roma, con la piantagione di alberi e arbusti su 5 mila mq. Nei primi due anni il parco riqualificato assorbirà circa cinque tonnellate di CO2.

Rome: new trees for the Aniene park

For the first time, the launch of a new scooter is good news for the environment: the emissions from the press conference, test rides and use of thirty MP3 Hybrids for a year have been counterbalanced with 180 new trees. Piaggio took part in the LifeGate Impatto Zero® project to help the regeneration of forest in the Aniene Valley nature reserve in Rome, where trees and shrubs will be planted in an area of 5,000 square metres. During the first two years the regenerated park will absorb approximately five tons of CO2.



CSR: storie di successo nel mondo

Trasparenza e valori per rafforzare la competitività



di Isabella Spinella

Si scrive Corporate Social Responsibility. Si legge sostenibilità, trasparenza, attenzione verso l'ambiente e il territorio, sviluppo sociale e valorizzazione del capitale umano. Sono i diversi volti della responsabilità sociale d'impresa che – oggi più che mai – rappresenta per molte aziende non solo una scelta, ma una priorità strategica, un valore fondamentale per stare sul mercato globale ed essere competitivi. In fase di crisi economica, in cui l'eco degli scandali finanziari e ambientali mina la fiducia dei consumatori e frantuma la reputazione di molte aziende, il valore sociale e ambientale di una società assume un ruolo molto importante agli occhi degli analisti e degli investitori istituzionali. L'ultimo report di Vigeo – principale agenzia europea di analisi del comportamento etico, ambientale e sociale d'impresa – “CSR. What do companies report on?”, stila una classifica sulla trasparenza delle informazioni comunicate in tema di responsabilità sociale d'impresa. La ricerca, che ha coinvolto le 700 maggiori aziende quotate in Europa, è stata redatta in base ad una griglia di valutazione che fa riferimento alla corporate governance, all'attenzione per i diritti umani, alla gestione delle persone, ai rapporti con clienti e fornitori, alla tutela dell'ambiente e ai rapporti con la comunità. In cima alla classifica compare a sorpresa un'azienda tricolore: l'Eni è la vincitrice con un tasso d'informazioni fornite pari al 99%. Ma l'Italia nel

CSR: Worldwide success stories

The name is Corporate Social Responsibility. And the meaning is sustainability, transparency, care for the environment and the community, social growth, enhancement of human capital.

These are the elements of an approach that, today more than ever, is not just a policy decision for many companies, but a strategic priority, a fundamental value in establishing a competitive positioning on the global market. At a time of economic crisis, when the repercussions of countless financial and environmental scandals have eroded consumer confidence and shattered the reputation of many business organisations, an enterprise's social and environmental value has great significance in the eyes of analysts and institutional investors.

The latest report published by Vigeo, Europe's leading analyst of corporate ethical, environmental and social practices, is entitled “CSR. What do companies report on?” and provides a scoreboard on the transparency of company reporting on social responsibility. The survey, covering the top 700 listed companies in Europe, was drawn up using an assessment grid looking at corporate governance, attention to human rights, people management, relations with customers and suppliers, care for the environment, relations with the community.



suo insieme è ancora indietro: il tasso medio di informazioni divulgate nell'ambito della CSR da parte delle 35 principali aziende italiane quotate è pari al 62%, contro il 73% dell'Olanda e il 71% del Regno Unito.

Uno degli aspetti più importanti della CSR è senza dubbio la "corporate sustainability": un approccio di business che considera la protezione dell'ambiente non come costo, ma come fattore competitivo capace di orientare strategie di innovazione e di sviluppo. Lo sa bene il colosso olandese Philips Lighting: il 31% dei 23 miliardi di euro di fatturato globale dell'azienda è generato da "green products", prodotti che hanno una performance energetica di almeno il 10% superiore alla concorrenza per efficienza, packaging, peso, affidabilità nel tempo, facilità di riciclaggio a fine vita. Già nel 2010 l'azienda prevede di superare il miliardo di euro di investimenti in innovazioni "green" e di tagliare del 25% i consumi energetici interni. Ma anche aziende come Nokia ed Ericsson hanno fatto dell'efficienza energetica e ambientale un cavallo di battaglia: entrambe hanno primeggiato nel ranking Greenpeace dei più "verdi", con un punteggio di 7 su 10. A premiare, soprattutto, il massiccio taglio nell'uso di PVC per le plastiche - sostanza cancerogena, quando viene bruciata - e di

ritardanti di fiamma a base di bromo.

Sempre più aziende, inoltre, sono impegnate sul fronte della responsabilità sociale rispetto alla gestione della materia prima che utilizzano per i loro prodotti. Coca Cola, ad esempio, si propone di restituire alle comunità locali e alla natura la quantità di acqua equivalente a quella utilizzata nelle sue bevande e nei suoi processi produttivi. La strategia per il raggiungimento di questo scopo prevede la riduzione dell'acqua utilizzata in produzione, la sua completa restituzione all'ambiente per il sostegno della vita acquatica e dell'agricoltura, il rifornimento di bacini d'acqua e programmi idrici locali sostenibili. Inoltre, nel 2009 Coca Cola ha lanciato il progetto Rain (Replenish Africa Initiative), con un impegno economico di 30 milioni di dollari, finalizzato a raccogliere fondi per dare l'accesso all'acqua potabile a milioni di bambini africani. Grazie alla costruzione di pozzi, di servizi igienico-sanitari migliori e a programmi educativi mirati, l'azienda prevede di distribuire acqua potabile ad almeno 2 milioni di persone in Africa entro il 2015.

Sono sempre più numerose le imprese che oggi nel mondo perseguono l'eccellenza in tema di trasparenza e sostenibilità. Ma la lunga marcia della responsabilità sociale d'impresa è appena iniziata.



It comes as a surprise that an Italian company heads the ranking: Eni is the winner, with 99% coverage of pertinent information. But Italy as a whole still lags behind: the average rate of CSR information released by the 35 largest Italian listed companies is 62%, compared with 73% in the Netherlands and 71% in the United Kingdom.

Without doubt, one of the most important aspects of CSR is "corporate sustainability": a business approach that regards care for the environment not as a cost but as a competitive factor driving innovation and growth strategies. The concept is familiar to Dutch giant Philips Lighting: 31% of the corporation's global revenues of 23 billion euro come from its "green products": products whose energy performance is at least 10% higher than competitor goods in terms of efficiency, packaging, weight, durability, ease of recycling at the end of the life cycle. For 2010 the company already expects to invest more than one billion euro in "green" innovations and to cut its internal energy consumption by 25%. But other companies too have made energy and environmental efficiency a top priority: Nokia and Ericsson share top place in the Greenpeace ranking of the world's "greenest" organisations, with a score of 7 out of 10,

achieved chiefly through a sharp reduction in the use of PVC for plastics - a carcinogen when burned - and bromine-based flame retardants. Growing numbers of companies are committed to socially responsible action as regards management of the raw materials used in their products. Coca Cola, for example, undertakes to return to local communities and to nature an amount of water equivalent to the volume used in its drinks and production processes. To do this, the company implements strategies to reduce the use of water in production, return water to the environment to support aquatic life and agriculture, replenish reservoirs and establish local water sustainability programmes. Furthermore, in 2009 Coca Cola launched the Replenish Africa Initiative (Rain), with an outlay of 30 million dollars, to raise funds to give millions of African children access to drinking water. Through the construction of wells, improved sanitary and health services and special education programmes, the company aims to distribute drinking water to at least 2 million people in Africa by 2015. Around the world, more and more business organisations are pursuing excellence in transparency and sustainability. A first step on the long road to corporate social responsibility.

OPINIONS

Alla ricerca di un futuro sostenibile

Esperienze a confronto: il WWF
e la Scuola Superiore Sant'Anna





“Sviluppiamo partnership con le imprese per un futuro green”

Intervista a Stefano Leoni, Presidente del WWF Italia
Interview with Stefano Leoni, President of WWF Italia

di **Isabella Spinella**

Stefano Leoni è legato al WWF dal 1988, quando iniziò la sua collaborazione come giovane attivista. Nell'aprile 2009 è diventato Presidente del WWF Italia lanciando la sua sfida: cogliere le grandi opportunità che il territorio italiano offre – dallo sviluppo delle energie rinnovabili alle pratiche sostenibili in agricoltura – e farle crescere come modello economico.

Presidente Leoni lei ha dichiarato che per uscire dalla crisi economica è necessario restituire centralità al tema della tutela dell'ambiente, troppo spesso marginalizzato nel dibattito politico italiano. Quali sono le ricette del WWF per un nuovo modello di sviluppo sostenibile?

«La sfida da cogliere è “vivere bene entro i limiti ecologici di un solo Pianeta”. Secondo i calcoli del-

l'impronta ecologica (Living Planet Report) la domanda ha superato l'offerta: molti Paesi, tra cui quelli europei, sono in “debito ecologico”, ovvero consumano più di quanto i loro ecosistemi siano in grado di produrre. Dobbiamo agire in concreto per promuovere modelli di vita sostenibili. Ad esempio, cominciare ad introdurre nel nostro ordinamento una contabilità ambientale per misurare gli impatti delle nostre politiche. Ma non dobbiamo trascurare neanche una maturazione morale dell'individuo: vivere ogni giorno rispettando la natura è un obiettivo tangibile che tutti noi possiamo perseguire, ma i comportamenti corretti non si improvvisano. Per questo, fondamentale è l'azione del WWF per informare i cittadini, sensibilizzarli, favorire la loro consapevolezza e stimolarli a prendersi cura del loro ambiente. Capire quanto pesano i nostri comportamenti è il primo passo per migliorarli: per questo forniamo strumenti di misurazione della nostra “impronta”, proprio per diffondere consapevolezza

“Developing partnerships with business for a green future”

Stefano Leoni has been associated with the WWF since 1988, when he began working as a young fund activist. In April 2009 he was appointed president of WWF Italia, and launched his challenge: to use the enormous opportunities Italy offers – from development of renewable energy sources to sustainable practices in agriculture – and build them into an economic model. President Leoni, you've said that protection of the environment, a question pushed too often to the sidelines, has to return as a key issue in Italian political debate if we want to overcome the economic crisis.

What are the recommendations of the WWF for a new model of sustainable growth?

“The challenge is “to live well within the ecological limits of a single planet”.

According to the calculations of the Living Planet Report, demand has outstripped supply: many countries, including the European nations, are “eco-debtors”, in other words they consume more than their ecosystems are able to produce. We need to take concrete action to promote sustainable models for living. For example, by introducing regulations for an environmental accounting system to measure the impact of our policies. Nor should we neglect the need for greater individual moral maturity: a daily life style in harmony with nature is a tangible objective all of us can aim at, but correct practices are not something you can improvise. Here, the WWF can play a vital role in providing information, raising awareness and sensitivity, and encouraging people to care for their environment. Understanding the impact of our behaviour is the first step towards improving that behaviour: this is why we provide

e spingere il maggior numero di persone ad adottare stili di vita sostenibili. Perché la natura è la nostra assicurazione sulla vita».

Di recente il Ministro dell'Ambiente, Stefania Prestigiacomo, ha dichiarato che nel 2010 l'Italia sarà il Paese che avrà prodotto percentualmente il maggior incremento di energia da fonti rinnovabili. Secondo lei che prospettive di sviluppo ci saranno in futuro per le energie rinnovabili nel nostro Paese?

«Secondo il Climate Policy Tracker, un nuovo strumento di monitoraggio lanciato dal WWF e da Ecofys report, l'Italia ha introdotto alcune valide iniziative in campo energetico ma non sta perseguendo una strategia completa per il raggiungimento di una "zero carbon economy". Un successo per l'Italia è rappresentato dall'uso delle energie rinnovabili, stimolato dal conto energia. Inoltre, durante gli ultimi due anni (2009 e 2010) ha avuto successo l'incentivo fiscale del 55% per le misure finalizzate all'efficienza energetica negli edifici, compresi i sistemi solari-termici, di isolamento e sostituzione dei vetri: è un provvedimento che auspichiamo venga riconfermato in futuro. Un passo ulteriore dell'Italia verso la "decarbonizzazione" verrebbe dato dall'introduzione dell'obbligo di utilizzare il fotovoltaico per gli edifici con superfici superiori a 1.000 metri quadrati e dei sistemi solari termici nel caso di installazioni o sostituzioni di sistemi di riscaldamento. Ma purtroppo la legislazione in materia è stata rinviata al gennaio del 2011 e i decreti attuativi non sono ancora stati emessi».

Sempre più aziende, nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa, decidono di sposare progetti o studiare azioni congiunte con il WWF. Quali sono i requisiti che il WWF richiede ai suoi partner? E quali le partnership di maggior successo?

«Nel corso degli anni il WWF ha stabilito un rapporto privilegiato con il mondo delle imprese, sviluppando partnership su progetti specifici e collaborazioni di lungo periodo, nella convinzione che il coinvolgimento delle imprese rappresenti un tassello fondamentale per la propria mission: costruire un futuro in cui l'uomo viva in armonia con la natura. In quest'ottica, sono stati sviluppati programmi su diversi temi: dalla riduzione delle emissioni di CO₂, all'approvvigionamento sostenibile delle risorse naturali, al supporto alle comunità per la gestione sostenibile del territorio. Un esempio concreto è dato dal programma internazionale Climate Savers. Dal 2000 il WWF propone alle aziende l'adozione di piani di riduzione delle

emissioni di gas serra, attraverso strategie e tecnologie innovative che consentono di assumere un ruolo leader nella riduzione delle emissioni di CO₂ in un determinato settore».

Il Gruppo Piaggio nel 2009 ha lanciato l'MP3 Hybrid, il primo scooter ibrido al mondo in grado di ridurre della metà i consumi di carburante e le emissioni di anidride carbonica nell'aria rispetto ad un normale scooter. Nei prossimi anni come cambierà secondo lei la mobilità urbana?

«Occorre necessariamente ripensare ai sistemi di trasporto. In futuro dovremmo accelerare la commercializzazione di veicoli con diversificate fonti di energia, alta efficienza e compatibilità con un futuro sostenibile e rinnovabile. L'elettrificazione in atto nel settore automotive offre una via promettente per raggiungere questo obiettivo».



tools to measure our footprint, in order to raise awareness and encourage growing numbers of people to adopt a sustainable life style.

Because nature is our life assurance.»

The Minister for the Environment Stefania Prestigiacomo said recently that in 2010 Italy would be the country that in percentage terms obtained the largest increase in energy from renewable sources. How do you see the future prospects for renewable energy in Italy?

«According to the Climate Policy Tracker, a new monitoring tool introduced by the WWF and the Ecofys report, Italy has introduced a series of important energy initiatives but it is not pursuing a comprehensive strategy for a "zero carbon economy". A success for Italy is use of renewable energy, stimulated by the feed-in tariff. Moreover,

the last two years (2009 and 2010) have witnessed the success of the 55% fiscal incentive for energy efficiency improvements in buildings, including solar-thermal systems, insulation systems and special glazing: hopefully this programme will continue in the future. Another step Italy could take towards "decarbonisation" would be the introduction of compulsory use of photovoltaic systems in buildings with surfaces of more than 1,000 square metres and thermal solar systems when installing or replacing heating systems. Unfortunately the legislation in this area has been postponed to January 2011 and the executive decrees have not yet been issued.»

In the area of corporate social responsibility, growing numbers of companies are supporting projects or working on initiatives jointly with the WWF. What does the WWF require from its partners? Which partnerships have been most successful?

«Over the years, the WWF has established a preferential relationship with the corporate sector, through partnerships on specific projects and long-term cooperation, in the belief that the involvement of business is a fundamental element of our mission: to build a future where man lives in harmony with nature. Programmes have been organised on a variety of issues: reduction of CO₂ emissions, sustainable procurement of natural resources, community support for sustainable management of the territory. A concrete example is the international Climate Savers programme. Since 2000 the WWF has recommended that enterprises adopt plans to reduce greenhouse gas emissions by implementing innovative strategies and technologies giving them a leading role in the reduction of CO₂ emissions in a particular sector.»

In 2009 the Piaggio Group launched the world's first hybrid scooter, the MP3 Hybrid, which halves fuel consumption and CO₂ emissions compared with a conventional scooter. What changes do you expect to see in urban mobility over the next few years?

«We shall necessarily have to re-think our transport systems. For the future we should intensify marketing of high-efficiency vehicles using diversified energy sources and compatible with a sustainable and renewable future. The electrification taking place in the automotive sector opens up promising opportunities to achieve this.»



L'Università e la sfida della crescita sostenibile

Intervista a Riccardo Varaldo, Presidente della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e Honorary Professor della Chongqing University

Interview with Riccardo Varaldo, President of Pisa's Scuola Superiore Sant'Anna University and an honorary professor at Chongqing University

di Graziella Teta

La tutela dell'ambiente rientra da tempo tra le priorità di governi, istituzioni, imprese. Con la crisi economica è cambiato qualcosa?

«La grave crisi in atto ha aumentato l'interesse per la questione ambientale, ponendola al centro del dibattito scientifico, politico e industriale a livello mondiale. Si sente pressante l'esigenza di ripensare l'economia globale e di operare in campo economico e nelle imprese per un equilibrio virtuoso tra crescita economica, tutela ambientale ed equità sociale. Siamo alle soglie di una terza rivoluzione industriale, basata sulla microelettronica: la leva è destinata ad essere "l'innovazione energetica low-carbon". L'attuale recessione affonda le radici in mutamenti epocali che sono destinati ad accelerare la corsa verso il forte sviluppo del settore delle

tecnologie, delle industrie e dei servizi low-carbon, che include generatori di energia rinnovabile, il nucleare, l'energy management, le società dell'acqua e dei rifiuti. Secondo alcuni analisti, si tratta del settore destinato a costituire la maggiore opportunità economica nel 21° secolo. Il sistema delle infrastrutture e l'industria dei mezzi di trasporto si trovano coinvolti in pieno da questa rivoluzione. Le pressanti esigenze di mobilità eco-compatibile stanno dando nuova linfa all'innovazione. Le industrie dei mezzi di trasporto si stanno rendendo conto dell'opportunità sociale ma anche della convenienza economica di un adattamento del loro business model al climate change».

Quali sono le prospettive della ricerca e dell'innovazione nel campo delle nuove tecnologie eco-compatibili?

«Soffriamo di una dipendenza da combustibili fossili che non è più sostenibile: il mondo sviluppato ricava l'80% della sua energia da queste fonti. Ma oggi

The University and the challenge of sustainable growth

Safeguarding the environment has long been a priority for government, institutions and business. Has the economic crisis changed things?

«Today's severe crisis has raised interest in environmental issues, which are now at the top of worldwide scientific, political and industrial agendas. There is a pressing need to rethink the global economy and for economic and business action to achieve a virtuous balance between economic growth, protection of the environment and social equity.

We are on the eve of a third industrial revolution, fuelled by microelectronics: the lever will be

"innovative low-carbon energy". The recession is rooted in epoch-making changes that will speed up the race for rapid advances in low-carbon technologies, industries and services, including renewable energy generators, nuclear energy, energy management, water and refuse collection companies. Many analysts say this sector will provide the most important economic opportunities of the 21st century. The revolution extends to our infrastructures and the transportation industry. The urgent need for eco-friendly mobility is giving innovation fresh impetus. The automobiles industry is waking up to the social importance and also the economic value of adapting their business models to climate change.»

What are the prospects for research and innovation in the new eco-compatible technologies?

«We suffer from a dependence on fossil fuel that is no longer sustainable: fossil sources provide the



ci sono ventuno differenti fonti di energia alternativa fra cui scegliere e su cui investire, ed esistono numerose opzioni tecnologiche già disponibili. C'è però urgente bisogno di una road map per orientare le scelte e mettere in cantiere piani robusti di intervento, assicurando a monte le condizioni istituzionali, sociali ed economiche per rendere effettivi e sostenibili gli investimenti da compiere. Solo così potrà essere attivata con successo anche la collaborazione del mondo della ricerca e della formazione, a fianco dell'industria. Per poter contribuire all'innovazione industriale, la ricerca universitaria va messa in sinergia nella catena del valore che parte dalla produzione di conoscenza, si con-

cretizza con la sua trasformazione in tecnologie e nuovi prodotti, e diventa valore se i nuovi prodotti riescono a raggiungere il mercato ed a soddisfare i consumatori finali. È una catena del valore che implica un gioco di squadra, a livello di sistema Paese, che finora l'Italia non ha saputo esprimere. I recenti dati delle Nazioni Unite mostrano che sono molti i Paesi che hanno dedicato alla low-carbon economy una parte rilevante dei piani di stimolo dell'economia per superare la crisi. In particolare, la Cina ha investito 218 miliardi di dollari, pari al 33,6% del piano degli stimoli e al 4% del Pil, nelle grandi infrastrutture energetiche e nei trasporti low-carbon. L'Europa, e so-

developed world with 80% of its energy.

Today, however, we have a choice of twenty-one different alternative energy sources to invest in, and countless technological options are already available. But we urgently need a road map to guide decision-making and draw up robust action plans, putting in place the institutional, social and economic conditions to ensure investments are effective and sustainable. This is also the only way for successful collaboration between the research and education community and industry. To contribute to industrial innovation, university research needs to be synergetic with the value

chain that starts with the production of knowledge, takes tangible form when that knowledge is converted into technology and new products, and becomes value if the new products come to market and satisfy the end consumer. A value chain like this requires team work at the level of the country system, which, so far, has been lacking in Italy. Recent UN data show that many countries have devoted a significant portion of their anti-crisis economy stimulus packages to the low-carbon economy. China, for example, has invested 218 billion dollars, equivalent to 33.6% of its stimulus plans and 4% of GDP, in major energy infrastructures and low-carbon transportation. Europe, and Italy in particular, are moving much more slowly. In Europe, the "stimulus packages" introduced by individual countries to support the economic recovery are still tied to defence of the "old economy" and policies for the development of a sustainable economy remain weak. Europe is in danger of being stuck in a "business as usual" mindset. »

What contribution are universities making, and the Scuola Superiore Sant'Anna in particular, to the sustainable growth challenge?

«Leading universities have been working on sustainability issues for years as part of their two traditional missions: research (creation of knowledge) and education (transfer of knowledge). At the Scuola Superiore Sant'Anna we have important research programmes in policy sustainability and corporate social responsibility, integrated waste cycle management, water and energy, development of sensors and robots to measure and support environmental services, techniques for sustainable soil and agriculture management. The Sant'Anna was also one of Italy's first universities to introduce a master's degree in environment management and control, more than fifteen years ago. We are not working on our own on these challenges, but with major national industries and international partners. For example, our professors are involved in an international programme on urban sustainability in Shanghai, in partnership with Pavia University and Tongji University.

Over time, the academic community has acquired

prattutto l'Italia, si muovono con molto meno dinamismo. In Europa i "pacchetti di stimolo" della ripresa economica dei singoli Paesi sono ancorati alla difesa della old economy e sono ancora deboli le politiche a favore dello sviluppo di una economia sostenibile. L'Europa rischia di procedere in una logica business as usual».

Qual è il contributo dell'Università, e in particolare della Scuola Superiore Sant'Anna, alla sfida della crescita sostenibile?

«Le istituzioni universitarie d'avanguardia sono impegnate da anni sui temi della sostenibilità nell'ambito delle due missioni tradizionali: la ricerca (creazione della conoscenza) e la formazione (trasferimento della conoscenza). Alla Scuola Superiore Sant'Anna esistono consolidate attività di ricerca negli ambiti della sostenibilità delle politiche e della corporate social responsibility, della gestione integrata dei cicli dei rifiuti, dell'acqua e dell'energia, dello sviluppo di sensori e robot per misurare e supportare i servizi ambientali, delle tecniche per la gestione sostenibile del suolo e dell'agricoltura. Dall'altro lato, il Sant'Anna è stata tra le prime istituzioni universitarie in Italia a proporre – più di quindici anni fa – un "Master sulla gestione e controllo dell'ambiente". In queste sfide non procediamo da soli, ma con importanti industrie nazionali e partner internazionali. Per esempio, nostri docenti sono impegnati in un programma internazionale a Shanghai sulla sostenibilità nelle aree urbane, svolto in partnership con lo IUSS di Pavia e con la Tongji University. Nel tempo, si è aggiunta la "terza missione": quella relativa alla valorizzazione della conoscenza verso il mondo delle imprese e delle istituzioni. Ciò significa avere non solo conoscenze e tecnologie pronte da trasferire, ma anche capacità di problem solving a supporto di paesi e imprese. Con Piaggio, cui la Scuola Superiore Sant'Anna è legata da una vicinanza divenuta negli anni "globale", siamo sempre alla ricerca di opportunità per mettere in sinergia le nostre reciproche competenze su temi come il riutilizzo delle materie plastiche, l'uso dell'idrogeno per la trazione, la gestione sostenibile e responsabile dell'impresa.

Nello spirito di un'istituzione universitaria di eccellenza che persegue il modello della global university, la Scuola Superiore Sant'Anna è molto vicina alle imprese che, come Piaggio, affrontano la nuova sfida globale con le armi dell'innovazione e dell'internazionalizzazione».



Rinnovo dell'accordo di collaborazione fra la Scuola Superiore Sant'Anna e la cinese Chongqing University; tra i partners figurano Piaggio e Zongshen Group.

Renewal of the cooperation agreement between the Scuola Superiore Sant'Anna in Pisa and China's Chongqing University; partners include Piaggio and the Zongshen Group.

a "third mission": to enhance knowledge for business and government. That means developing not only knowledge and technologies for transfer, but also problem-solving abilities to support government and the business community.

Our long-standing relationship with Piaggio has gradually taken on a global dimension, and we continue to pursue opportunities to realise the synergistic potential of our mutual know-how in areas like plastics recycling, use of hydrogen for traction, sustainable and responsible business administration.

As a university of excellence targeting the "global university" model, the Scuola Superiore Sant'Anna is very close to companies like Piaggio that respond to the new global challenge armed with innovation and international growth.»

Chi è Riccardo Valdo

Riccardo Valdo, nato a Savona, laureato in Economia all'Università di Pisa, nel 1966 diventa professore incaricato alla Facoltà di Economia di Ancona.

Nel 1972 è chiamato dall'Università di Pisa dove, tra il 1981 ed il 1987, è Preside della Facoltà di Economia. Nel 1988 si trasferisce alla Scuola Superiore Sant'Anna (www.sssup.it), di cui diventa Direttore nel 1993 e Presidente dal 2005. È stato Professore a contratto all'Università Bocconi di Milano e Visiting professor alla Syracuse University (N.Y.) e alla Salford University (U.K).

Nel 2005 è stato insignito – dall'allora Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi – dell'onorificenza di Cavaliere di Gran Croce dell'Ordine al Merito della Repubblica. È Honorary Professor della Chongqing University (Cina).

Attualmente è membro dei Consigli di Amministrazione di Finmeccanica, di Piaggio & C. S.p.A., del Consiglio di Sorveglianza di Intesa Sanpaolo, del Board dell'Italy-Japan Business Group.

Who is Riccardo Valdo

Riccardo Valdo was born in Savona and holds a degree in Economics from Pisa University. In 1966 he became a lecturer at the Faculty of Economics of Ancona University.

In 1972 he returned to Pisa University, where, from 1981 to 1987, he was Chair of the Faculty of Economics. In 1988 he moved to the Scuola Superiore Sant'Anna (www.sssup.it), where he was appointed Director in 1993 and President in 2005. He is a contract professor at the Bocconi University in Milan and a visiting professor at Syracuse University (New York) and Salford University (U.K).

In 2005 he was decorated as a knight of the Order of Merit of the Italian Republic by the then President of the Republic, Carlo Azeglio Ciampi. Valdo is an honorary professor of Chongqing University (China).

He is currently a member of the boards of directors of Finmeccanica and Piaggio & C. S.p.A., a member of the Compliance Board of Intesa Sanpaolo, and a board member of the Italy-Japan Business Group.

GLOBAL

*Global Talents
Human capital development
in the Piaggio Group, from India
to Vietnam and Europe*

018

Talenti globali

Lo sviluppo del capitale umano nel Gruppo Piaggio,
dall'India al Vietnam all'Europa

a cura di **Graziella Teta**



La Piaggio in India: un successo "comunitario"

In soli dieci anni la grande crescita dell'azienda ha elevato gli standard di vita di Baramati, favorendo lo sviluppo economico e sociale della comunità



A Baramati sono le 6.30 del mattino. I contadini sono già al lavoro nei campi e sperano che, anche quest'anno il raccolto di miglio sarà buono. Siamo nel distretto di Pune dello stato federato del Maharashtra: a meno di due chilometri dall'aeroporto locale si estendono i bianchi edifici dello stabilimento di Piaggio Vehicles Private Limited (PVPL), la consociata indiana del Gruppo Piaggio. Molti degli operai che entrano in fabbrica per il primo turno sono figli di quei contadini. La fabbrica, sorta nel 1998 per produrre e distribuire i veicoli commerciali Piaggio in India e nei mercati vicini, è stata fon-

damentale per lo sviluppo economico e sociale di Baramati, elevando la qualità della vita degli abitanti e del territorio. Ogni lavoratore di Piaggio possiede almeno un mezzo a due ruote per spostarsi, la maggior parte dei dipendenti è proprietaria di un appartamento. I loro figli frequentano buone scuole locali, studiano l'inglese, hanno la possibilità di proseguire gli studi superiori e di ambire a lavori qualificati. Piaggio Vehicles Private Limited è oggi leader indiscussa di mercato nei segmenti passenger e cargo e, anno dopo anno, segna una crescita a due cifre. È passata dalla modesta produzione di 40 veicoli al giorno del 1999 agli 834 di oggi, con una media di 200 mila mezzi che

Piaggio in India: a "community" success

Baramati, 6.30 in the morning. The agricultural workers are already out in the fields, hoping that this year will bring another good millet harvest. This is the Pune district of the federal state of Maharashtra: on a site just over a mile from the local airport lie the white factory buildings of Piaggio Vehicles Private Limited (PVPL), the Piaggio Group's Indian subsidiary. Many of the workers arriving for the first shift are the children

of those peasants. The factory, built in 1998 to manufacture and distribute Piaggio commercial vehicles in India and on neighbouring markets, has played a vital role in the economic and social development of Baramati, raising the living standards of the local community and its residents. At the very least, each Piaggio worker owns a two-wheel vehicle, and the majority of employees own a flat. Their children go to good local schools, learn English, and have the opportunity to continue their studies and find skilled jobs. Today, Piaggio Vehicles Private Limited is the undisputed market leader in the passenger and cargo segments, reporting double-digit growth year



La testimonianza: Kishore Ramdas Vare

Nel 1995 Kishore Ramdas Vare iniziò a lavorare per PVPL come apprendista, per un modesto salario di 1.100 rupie (circa 200 euro mensili). Tre anni dopo è stato assunto, oggi lavora nello stabilimento di Baramati e fa parte della Joint Secretary del Comitato Sindacale. Racconta: "La mia vita è cambiata in meglio da quando lavoro in PVPL. Abito con mia moglie e i nostri due figli in un comodo appartamento, che sono riuscito ad acquistare. Mia moglie si occupa ancora di un terreno di 12 acri della sua famiglia, ma non temiamo più l'imprevedibilità della natura e i proventi irregolari del lavoro nei campi. Il mio stipendio medio mensile è di 25 mila rupie, i miei figli studiano in una buona scuola e spero che un giorno frequenteranno l'università. Ora la nostra vita è più sicura e tranquilla". Come lui, centinaia di persone di Baramati e dintorni hanno visto migliorare le proprie condizioni di vita grazie alla presenza e al continuo sviluppo di PVPL. Aggiunge Kishore: "Le buone relazioni sindacali hanno contribuito alla crescita dell'azienda: merito del Presidente e Amministratore Delegato Ravi Chopra, che ha potuto contare sul supporto del comitato sindacale per costruire un ambiente di lavoro basato sul gioco di squadra. I dipendenti - conclude Kishore - hanno fiducia nella dirigenza. Siamo tutti convinti che con la guida del Presidente del Gruppo Colaninno e di Chopra la società continuerà a prosperare".

Testimonial: Kishore Ramdas Vare

Kishore Ramdas Vare began working at PVPL in 1995 as an apprentice, with a modest salary of 1,100 rupees (approximately 200 euro per month) and became a full-time employee three years later. Today, he works at the Baramati factory and is a member of the joint secretariat of the trade union committee. He tells us: "My life has improved since I've been with PVPL I live with my wife and two children in a comfortable flat, which I own. My wife still looks after her family's 12 acre plot of land, but we no longer have to worry about the unpredictability of the weather and the irregular income from the work in the fields. My average monthly salary is 25,000 rupees, my children go to a good school and I hope they'll go to university one day. Today we have greater security and peace of mind."

Like Kishore, hundreds of people in the Baramati area have seen an improvement in their living conditions thanks to the presence and constant growth of PVPL. Kishore adds: "Good labour relations have been a contributing factor in the company's growth: this is to the credit of the Chairman and Managing Director, Ravi Chopra, who has had the support of the trade union committee in building a workplace based on teamwork. The company's employees trust the management. We all believe that under the leadership of Group Chairman Colaninno and Mr Chopra the company will continue to flourish."

escono ogni anno dalle moderne linee di montaggio dello stabilimento di Baramati. Oltre un milione di Ape Piaggio made in India trasportano oggi, ogni giorno, 500.000 tonnellate di merci e 10 milioni di passeggeri in tutto il Paese. Lo sviluppo continua: nell'avveniristico stabilimento motori di PVPL sono prodotti gli avanzatissimi motori Diesel e turbodiesel, ecologici e ad alta efficienza, che andranno ad equipaggiare i veicoli commerciali leggeri Piaggio destinati al mercato internazionale. E a breve inizierà la costruzione di un nuovo impianto industriale per la produzione di un modello di Vespa LX ideato e sviluppato per il grande mercato indiano. La passione e la dedizione dei quasi duemila dipendenti di PVPL sono stati, e sono oggi, decisivi per il successo dell'azienda, fiore all'occhiello del Gruppo Piaggio. Spiega Ravi Chopra, Presidente e Managing Director di PVPL: "Le persone sono il valore fondamentale di un'azienda. Sin dalla nascita della società, nel 1998, la

costruzione di una strategia per le Risorse Umane è stata una priorità. L'intento era ed è quello di elevare le prestazioni, formare leader per guidare team motivati, costruire un'organizzazione che rifletta le priorità strategiche dell'impresa". Una strategia che ha dato risultati straordinari. "Il nostro successo - afferma Chopra - si basa su una cultura diffusa dei nostri valori: lungimiranza, lavoro di squadra, integrità, attenzione al cliente, passione per l'eccellenza, impegno per il miglioramento continuo, responsabilità, comunicazione e fiducia. Tutto è iniziato con un sogno che richiedeva determinazione, passione e volontà di crescere. Una visione che è stata condivisa da tutti i dipendenti, che l'hanno fatta propria, coinvolgendo le energie della società nella stessa direzione. La continua ricerca di questa visione condivisa ha ispirato ed elevato le nostre prestazioni, consentendoci di conseguire i successi attuali e, ne sono certo, di affrontare le nuove e complesse sfide di domani". La divisione Ri-

after year. It has grown from a modest daily output of 40 vehicles in 1999 to the current 834, with an average of 200,000 vehicles leaving the Baramati factory's modern assembly lines each year. Every day, all over India, more than one million ape Piaggio vans made in India transport 500,000 tons of goods and 10 million passengers. And growth is set to continue: PVPL's futuristic engine plant produces the cutting-edge fuel-efficient eco-sustainable diesel and turbodiesel engines mounted on the Piaggio light commercial vehicles intended for the international market. Meanwhile, work is due to begin shortly on a new facility to produce a Vespa LX scooter designed and developed for the large Indian market. The passion and dedication of almost two thousand PVPL employees have been, and continue to be, the decisive factors in the success of the company, a source of great pride for the Piaggio Group. PVPL Chairman and Managing Director Ravi Chopra

explains: "People are the fundamental asset of a business. Since our company was established in 1998, development of a Human Resources strategy has been a priority. The goal was - and is - to boost performance, train leaders for motivated teams and build an organisation reflecting the company's strategic priorities." The strategy has produced outstanding results. "Our success," says Chopra, "stems from a widespread culture based on our values: far-sightedness, teamwork, integrity, attention to the customer, a passion for excellence, a commitment to continuous improvement, responsibility, communication and trust. Everything began with a dream requiring determination, enthusiasm and a desire to grow. A dream embraced by all our employees, who pull together in the interests of the company. The continuous pursuit of this common vision has inspired and enhanced our performance, driven our current success and will, I am sure, enable



sorse Umane di PVPL supporta il vertice per “tradurre” i valori aziendali in una serie innumerevole di iniziative e azioni. In tema di responsabilità verso i dipendenti (Employee Care), l’Employee Assistance Program opera per migliorare la salute e il benessere del personale, diminuire l’assenteismo ed aumentare il coinvolgimento e il senso di appartenenza. L’“Igniting Minds” è invece un programma annuale di orientamento per valutare le attitudini e gli interessi dei figli dei dipendenti; workshop periodici sono organizzati a sostegno dell’equilibrio lavoro-famiglia. E ancora, sono previsti riconoscimenti e premiazioni per i dipendenti più meritevoli, celebrazioni nel rispetto delle tradizioni e della cultura locale (come il “Diwali”, la festa delle luci) e giornate dedicate ai bambini, alla donna, all’ambiente, allo sport. Forte l’attenzione alla comunicazione: il forum V-Speak e una casella di posta elettronica dedicata consentono ai dipendenti di entrare in contatto con la dirigenza, mentre la rivista

interna “Miles & Smiles” informa sulle attività aziendali e dà visibilità a dipendenti e famiglie. Altrettanto impegnativa la strategia di Corporate Social Responsibility di PVPL verso la comunità, che si concentra in quattro aree: sicurezza (intesa sia come sicurezza dell’ambiente di lavoro sia come prevenzione di incidenti stradali), istruzione, benessere sociale e ambiente. In quest’ultimo campo, Piaggio ha piantato circa 2.000 alberi all’interno e intorno ai propri impianti produttivi di Baramati ed è molto attiva nel preservare le risorse idriche: l’impianto di trattamento delle acque di scarico depura l’acqua, poi utilizzata per irrigare giardini e prati all’interno dell’azienda. Inoltre, ogni anno PVPL dona ai villaggi vicini alcuni veicoli cabinati ribaltabili, utilizzati per lo smaltimento dei rifiuti, aiutando così a promuovere un ambiente più pulito e sano.

(Si ringrazia Sangeeta Gupta di PVPL per la collaborazione).

Nella foto a destra: Ravi Chopra, Presidente e Managing Director di PVPL, pianta nuovi alberi all’interno dello stabilimento indiano. Nella foto sotto: l’annuale festa dedicata ai bambini, figli dei dipendenti, organizzata dall’azienda.
A sinistra: Piaggio ape, veicolo commerciale best-seller in India.

*Right: PVPL Chairman and Managing Director Ravi Chopra plants new trees inside the Indian facility.
Below: the annual party for employees’ children organised by the company.
Left: the Piaggio ape, India’s best-selling commercial vehicle.*



to meet the complex new challenges of the future.” The PVPL Human Resources division helps top management “translate” the corporate values into a broad range of initiatives and activities. In the area of Employee Care, the Employee Assistance Program aims to improve personnel health and well-being, cut absenteeism and raise involvement and the sense of belonging. Igniting Minds is an annual orientation program to assess the aptitudes and interests of employees’ children; workshops supporting the work-family balance are organised on a regular basis. Other initiatives include awards for the most deserving employees, celebrations marking local traditions and culture (such as the “Diwali” festival of lights), and special days for children, women, the environment, sport. Great importance is attached to communication: the V-Speak forum and a special e-mailbox are channels enabling employees to contact management, while the “Miles & Smiles”

in-house magazine provides news about company activities and highlights employees and their families. Equally important is the PVPL Corporate Social Responsibility strategy for the community, covering four areas: safety (in the workplace and prevention of road accidents), education, social well-being and the environment. Under the environment program, Piaggio has planted approximately 2,000 trees in and around the Baramati production complex and plays a very active role in water conservation: its treatment plant purifies waste water, which is then used on the company gardens and lawns. Furthermore, each year PVPL donates a number of cab pick-up trucks to nearby villages for waste collection, to help keep the environment clean and healthy.

(With thanks to Sangeeta Gupta at PVPL for her cooperation).

Giovani, motivati e integrati.

Il modello Piaggio Vietnam

Il team giovane e vincente della società operativa da un anno e mezzo, già annoverata tra le best companies del Paese asiatico



In giugno hanno festeggiato tutti insieme, nello stabilimento di Vinh Phuc, il primo compleanno della Vespa prodotta in Vietnam. In novembre si sono ritrovati ancora insieme – managers, impiegati e operai – agli “outdoor days”: quattro giorni nella gradevole cornice del V-resort Hoa Binh, a 60 chilometri da Hanoi, vissuti tra team work e sport, dibattiti e gare. Un mix di impegno ed intrattenimento organizzato per motivare, favorire lo spirito di squadra, stimolare i contributi e le idee, facilitare le relazioni interfunzionali e l'integrazione culturale.

Immacabile, in omaggio alle tradizioni locali, la “Fire ceremony”, con un gran falò a chiusura dell'evento. Spiega Quan Pham Hong, responsabile del Personale di Piaggio Vietnam: “Il significato del falò è di buon auspicio: il fuoco allontana le negatività e favorisce la vicinanza tra le persone. In Vietnam crediamo che il fuoco sia simbolo di fortuna e rappresenti uno dei due elementi (con l'acqua) della creazione del mondo”.

Sono tutti eventi-simbolo del modello di sviluppo e integrazione delle risorse umane realizzato da Piaggio Vietnam. L'integrazione culturale tra colleghi italiani e vietnamiti è uno dei punti di forza della più giovane società del Gruppo, operativa dal giugno 2009. Giovane anche per l'età degli

Young, motivated and integrated. The Piaggio Vietnam model

Everyone was in the Vinh Phuc factory in June to celebrate the first anniversary of the Vespa scooter produced in Vietnam. In November, they were all back together again – managers, office staff and factory workers – for “outdoor days”: four days in the attractive surroundings of the Hoa Binh Vresort, 60 kilometres from Hanoi, for a program of team work, sport, debate and competitions. A mixture of work and entertainment organised to boost motivation, foster a team spirit, stimulate contributions and ideas, facilitate interfunctional relations and cultural integration. As local tradition demands, the event closed with the great bonfire of the “Fire ceremony”. Piaggio Vietnam Personnel Director Quan Pham Hong explains: “The bonfire is a good omen: the fire wards off negative forces and brings people closer together. In Vietnam we believe fire is a symbol of good luck and is one of the two elements (together with water) used to create the world.” These symbolic events are all part of the human resources development and integration model created by Piaggio Vietnam. Cultural integration



oltre 400 dipendenti: più dell'80% ha tra 20 e 30 anni (specchio della società vietnamita: un terzo degli 80 milioni di abitanti ha meno di 20 anni). Alti anche i livelli di istruzione: il 60% del personale ha una formazione tecnico-professionale, il 40% di livello universitario.

Le risorse umane giocano un ruolo centrale per lo sviluppo del business e, soprattutto in una fase di start up, rappresentano il vero fattore critico di successo. In Piaggio Vietnam tutto il processo di recruiting, gestione, training e sviluppo delle risorse umane è stato implementato, di concerto con l'headquarter italiano, per supportare la crescita del business attraverso lo sviluppo delle competenze delle persone, creare le condizioni per lo sviluppo di un management locale, facilitare l'integrazione tra il management italiano e quello locale preservando però le rispettive specificità culturali. È nata così un'organizzazione capace di velocizzare la crescita della competitività aziendale e di prendere decisioni rapide, in coerenza con il trend di sviluppo in uno dei Paesi più dinamici dell'Asia.

(Ha collaborato Luigi Marino).

among Italian and Vietnamese colleagues is one of the strengths of the Group's youngest company, which began operations in June 2009. The division is also youthful in terms of the age of its more than 400 employees: over 80% of the workforce are aged between 20 and 30 (mirroring Vietnamese society: one third of the country's 80 million inhabitants is aged 20 or under). Educational levels are also high: 60% of personnel have technical-professional qualifications, 40% are university graduates. Human resources are a cornerstone of business growth and, in a start-up phase in particular, constitute the main critical success factor.

At Piaggio Vietnam, the entire human resource recruiting, management, training and development process has been implemented, in cooperation with the HQ in Italy, to support business growth by enhancing competences and creating the conditions to develop a local management team and facilitate integration among Italian and local managers, while conserving each culture's specific features. The result is an organisation equipped for fast competitive growth and rapid decision making, to match the growth trend in one of Asia's most dynamic countries.

(With contributions from Luigi Marino).

Nella foto a sinistra: la tradizionale "cerimonia del fuoco" che ha concluso un meeting aziendale. Sotto: foto di gruppo davanti allo stabilimento per il primo compleanno della Vespa prodotta in Vietnam. In basso: una linea di produzione. Nella foto della pagina precedente: dipendenti della consociata asiatica.

Left: the traditional "fire ceremony" concludes a company meeting. Below: group photo in front of the factory to mark the first anniversary of the Vespa produced in Vietnam. Below: a production line. Previous page: employees at the Asian subsidiary.



*Training, job rotation and international projects
to strengthen the company's human capital*



Piaggio Way: come nascono i manager di domani

**Training, job rotation
e progetti internazionali
per rafforzare
il capitale umano
dell'azienda**

Accelerare la crescita dei talenti, moltiplicando le occasioni di apprendimento e la partecipazione diretta a progetti internazionali. Job rotation, networking internazionale, coaching e formazione personalizzata: sono questi gli obiettivi e gli strumenti di "Piaggio Way", il nuovo programma dedicato allo sviluppo degli high talents dell'azienda. Il processo di selezione delle risorse da coinvolgere nel programma "Piaggio Way" è già stato avviato in Italia e in Europa, e sarà progressivamente esteso ad Asia, India e USA. L'ingresso nel programma è altamente selettivo e la permanenza sarà ancorata ai risultati raggiunti. "Piaggio Way" è rivolto ai lavoratori del Gruppo, suddivisi in Young Talent (giovani po-

**Piaggio Way:
creating tomorrow's
managers**

Accelerating the growth of Group talents by increasing opportunities for learning and direct involvement in international projects. Job rotation, international networking, coaching and personalised training. These are the goals and tools of "Piaggio Way", the new program designed to develop the company's "high talents". Selection of the resources who will be taking part in the "Piaggio Way" program is already underway in Italy and Europe, and will be gradually extended to Asia, India and the USA. Entry to the program is highly selective and continuing participation will be tied to results. "Piaggio Way"



Nelle immagini di questa pagina: le persone del Gruppo Piaggio, in Europa, Vietnam e India. / On this page: Piaggio Group people in Europe, Vietnam and India.



tenziali) e Managerial Talent (già responsabili di team o budget). I candidati sono accomunati da competenze o potenzialità manageriali e dalla capacità di esprimere i valori del Gruppo Piaggio: accountability, energy e commitment, innovation, team integration management, leading by example. Valori raccontati dai testimonials aziendali nelle clip video on line sui siti web del Gruppo. "Piaggio Way" rappresenta una straordinaria occasione per far emergere il grande patrimonio di conoscenze, capacità e passione delle persone del Gruppo Piaggio: sono più di settemila in 22 sedi di 14 Paesi distribuiti in tre continenti, dall'Europa all'Asia alle Americhe.

targets Group workers, subdivided into Young Talents (young people with potential) and Managerial Talents, who already have responsibility for teams or budgets. All the candidates present managerial skills or potential and the ability to express the Piaggio Group values: accountability, energy and commitment, innovation, team integration management, leading by example. Values recounted by the company testimonials in the online video clips on the Group websites. "Piaggio Way" is an extraordinary opportunity to leverage the huge wealth of knowledge, capabilities and commitment of the people in the Piaggio Group: more than seven million in 22 locations in 14 countries in Europe, Asia and the Americas.



VOICES

Ibridi ed elettrici: l'innovazione “verde” di Piaggio



Le nuove frontiere della mobilità
eco-compatibile: bassi
consumi, meno emissioni
e sicurezza al top

di **Graziella Teta**

Il primo è stato l'Ape Elettrocar nel 1978, l'ultimo l'MP3 Hybrid nel 2009. Piaggio vanta oltre trent'anni di esperienza nel settore dei veicoli elettrici ed ibridi. Un robusto know-how che si arricchisce continuamente, grazie alla costante ricerca di soluzioni innovative nel settore della mobilità eco-compatibile. Ne parliamo con l'ingegner Luca Carmignani, responsabile Innovazione Motori e Powertrain del Gruppo Piaggio.

Come si evolveranno nel prossimo futuro le motorizzazioni elettriche ed ibride applicate alla mobilità?

Hybrid and electric: “green” innovation at Piaggio

The first to appear was the Ape Elettrocar in 1978, the latest, in 2009, was the MP3 Hybrid. Piaggio boasts more than thirty years experience in electric and hybrid vehicles. A powerful know-how it continues to enhance through on-going research into innovative solutions for eco-friendly mobility. Piaggio Wide talks about advances in this area with Luca Carmignani, head of the Piaggio Group Engine Innovation & Powertrain division.

The new frontiers in eco-friendly mobility: lower consumption, fewer emissions, maximum safety

027



«A breve e medio termine, la mobilità ibrida prima e quella elettrica poi assumeranno un aspetto sempre meno marginale. Per una serie di ragioni: l'aumento dell'inquinamento urbano, l'inasprimento delle normative sulle emissioni, le ulteriori restrizioni alla circolazione in ambiente urbano per veicoli termici, una maggiore consapevolezza dei rischi e dei danni ambientali dovuti all'estrazione ed al trasporto del petrolio, nonché la crescita del prezzo dell'energia non rinnovabile, anche a seguito dell'aumento della domanda da parte dei Paesi in via di sviluppo. Questo scenario favorisce la diffusione di motorizzazioni alternative, soprattutto di veicoli ibridi ed elettrici, all'interno di modelli di utilizzo che privilegiano sempre più i bassi consumi d'energia. In ambito urbano, una parte crescente della mobilità sarà affidata a veicoli

ibridi ed elettrici piccoli e leggeri, sia per il trasporto personale che di merci. E questa nuova domanda ben si adatta alle tipologie di prodotto del Gruppo Piaggio».

Quali sono le soluzioni tecnologiche innovative eco-friendly che equipaggiano le gamme 2011 del Gruppo Piaggio?

«Da sempre Piaggio propone soluzioni di veicoli eco-compatibili, capaci di anticipare sia le normative che il mercato. Piaggio MP3 Hybrid, il primo scooter ibrido al mondo, è la risposta più avanzata e concreta a questi problemi, in uno scenario che sta sempre più "metabolizzando" la necessità di un cambio culturale nell'ambito della mobilità urbana. Tutte le nuove motorizzazioni del Gruppo Piaggio sono all'avanguardia in tema di riduzione di emissioni e di consumi. Adottano sistemi di iniezione



What are the next developments we can expect in electric and hybrid engines for transport?

«In the short and medium term, hybrid mobility first of all, then electric mobility, will gradually move into the mainstream. For a number of reasons: growing urban pollution, increasingly severe emissions regulations, further restrictions on vehicles with combustion engines in cities, greater awareness of the risks and environmental damage of oil extraction and transportation, as well as the rising price of non-renewable energy, in part as a result of growing demand from the developing nations. This scenario favours wider use of alternative engines, especially hybrid and electric vehicles, in line with consumer models focusing on lower energy consumption. In urban environments, we'll see

La storia della mobilità elettrica ed ibrida Piaggio

- 1978 Ape Elettrocar.
- 1994 Zip&Zip, bimodale, catalitico, il primo dual-mode scooter con doppia propulsione (termica o elettrica).
- 1995 Piaggio Porter Elettrico, il primo veicolo commerciale a motorizzazione elettrica.
- 2001 Zip elettrico, uno scooter ad inquinamento zero, spinto da tre batterie Ni-Cd da 6V-100Ah.
- 2009 MP3 125 Hybrid, il primo scooter ibrido plug-in al mondo con batteria al litio.
- 2009 Ape Calessino Electric Lytium, con motorizzazione puramente elettrica.
- 2010 MP3 300 Hybrid.
- 2010 Piaggio presenta in anteprima il prototipo NT3, anche con motorizzazione di tipo ibrido plug-in, e il prototipo Liberty 50 elettrico in versione fleet, entrambi con batterie al litio.

The Piaggio electric and hybrid mobility timeline

- 1978 Ape Elettrocar.
- 1994 Zip&Zip, the first dual-mode catalytic scooter, with a combustion or electric engine.
- 1995 Piaggio Porter Electric, the first electrically powered commercial vehicle.
- 2001 Zip electric, a zero-emissions scooter, powered by three Ni-Cd 6V-100Ah batteries.
- 2009 MP3 125 Hybrid, the world's first plug-in hybrid scooter with a lithium battery.
- 2009 Ape Calessino Electric Lithium, with an all-electric motor.
- 2010 MP3 300 Hybrid.
- 2010 Piaggio previews the NT3 prototype, which also features a plug-in hybrid motor, and the Liberty 50 electric prototype fleet model, both with lithium batteries.

growing numbers of small, lightweight hybrid and electric vehicles, for both personal and commercial use. And this new demand is a good match with Piaggio Group products.»

What eco-friendly innovative technological solutions will be implemented on the Piaggio Group 2011 ranges?

«Piaggio has always offered eco-friendly vehicles, anticipating both emissions regulations and market demand. The Piaggio MP3 Hybrid, the world's first hybrid scooter, is the most advanced and concrete

VOICES

evoluiti, tali da garantire prestazioni, consumi ed emissioni allo stato dell'arte, talvolta anche con dispositivi di controllo avanzati di tipo Ride By Wire, nell'ottica di garantire al cliente sia la massima funzionalità del veicolo, che il rispetto dei più severi standard normativi.

Contestualmente, il Gruppo sta studiando e sviluppando nuove motorizzazioni ibride-elettriche con impatto ambientale nullo. Nel campo delle due ruote, in particolare degli scooter, Piaggio è stato il primo costruttore al mondo ad entrare nel mercato con una motorizzazione ibrida di tipo plug-in con batteria al litio su MP3 Hybrid (nelle cilindrate 125cc e 300cc). Al Salone EICMA 2010, Piaggio ha presentato in anteprima una motorizzazione puramente elettrica, applicata ad un veicolo piccolo e leggero qual è il Liberty, in una configurazione al momento destinata ad uso flotte. In ambito 3 e 4 ruote, l'attenzione di Piaggio all'ambiente non è da meno: dopo il Porter elettrico, sul mercato ormai da anni, nel 2009 Piaggio ha presentato anche l'Ape Calessino elettrico con batterie al litio. E ancora, sempre ad EICMA 2010, abbiamo stupito stampa ed esperti di settore con il prototipo NT3, anche in una versione con moto-

rizzazione ibrida di tipo plug-in.

Il veicolo "ideale": bassi consumi ed emissioni, alte prestazioni, massima sicurezza. Quanto la ricerca più avanzata è vicina a realizzarlo?

«Il futuro per noi è già iniziato nel 2006 con il lancio di MP3, la risposta Piaggio alla sfida della sicurezza in ambito urbano. Poi l'Azienda, in termini di R&D, ha rafforzato la sinergia vincente motore-veicolo, fino ad arrivare nel 2009 a presentare MP3 Hybrid. Questo veicolo utilizza una motorizzazione ibrida innovativa ed eco-compatibile, che consente ai clienti di utilizzare il mezzo anche come ZEV (Zero Emission Vehicle). Accedendo – in modalità di marcia "puro elettrico" – alle aree inibite ai veicoli tradizionali e garantendo – in modalità ibrido – prestazioni equivalenti ad un veicolo di classe superiore. Ma l'attività di R&D Piaggio non si fermerà qui. Sono state attivate numerose collaborazioni tecnico-scientifiche con partners eccellenti, centri di ricerca e università, come il progetto MUSS (Mobilità Urbana Sicura e Sostenibile), coordinato da Piaggio e finanziato dal MIUR (Ministero Università e Ricerca), che vede coinvolti 20 soggetti nazionali d'eccellenza. Sulla strada che porta al "veicolo ideale" noi ci siamo».

solution to these requirements, in a scenario becoming more sensitive to the need for a cultural shift where urban mobility is concerned. All the new Piaggio Group engines feature state-of-the-art emission and consumption reduction solutions. They implement advanced injection systems to guarantee cutting-edge performance, consumption and emissions, and, in many cases, advanced control features like the ride-by-wire system, to give customers a top-performing vehicle that complies with the most severe regulations. Meanwhile, the Group is studying and developing new hybrid electric engines with virtually zero environmental impact. In two-wheelers, and in scooters in particular, Piaggio was the world's first constructor to bring out a plug-in hybrid engine with a lithium battery, on the MP3 Hybrid (125cc and 300cc). At the EICMA 2010 motor show, Piaggio previewed an entirely electric engine on the Liberty, a small lightweight scooter, in a configuration currently intended for fleets. Our focus on the environment is just as strong in the 3- and 4-wheel sectors: after the electric Porter van, which has been on the market for years, in 2009 Piaggio presented the electric Ape Calessino with lithium batteries. And at EICMA 2010, we amazed the press and industry

experts with the NT3 prototype, which also includes a plug-in hybrid version.»

The "ideal" vehicle: low consumption and emissions, high performance, maximum safety. How much more research is needed to get there?

«For us the future began in 2006 with the launch of the MP3, Piaggio's answer to the urban safety challenge. Our next step in R&D terms was to strengthen the successful engine-vehicle synergy, culminating in the presentation of the MP3 Hybrid in 2009. This scooter features an innovative, eco-sustainable hybrid engine, so it can be used as a zero emission vehicle. In "pure electric" drive mode, the MP3 Hybrid gives access to areas that are off-limits to conventional vehicles, and in hybrid mode it delivers performance levels equivalent to those of more powerful vehicles. But Piaggio R&D doesn't stop there. We are working on many technical and scientific projects with excellent partners, research centres and universities, such as the MUSS safe and sustainable urban mobility initiative coordinated by Piaggio and funded by the Ministry for Education, Universities & Research, in which 20 top Italian players are involved. So we are well on the way to the "ideal vehicle".»



68° EICMA: le novità del mondo due ruote e una “sorpresa” a quattro ruote per mezzo milione di visitatori



Il concept Piaggio NT3 lanciato in anteprima mondiale al Salone di Milano, presenti Roberto Colaninno (Presidente e AD del Gruppo Piaggio), Michele Colaninno del Board e Ravi Chopra (Presidente e MG di PVPL India).

The world preview of the Piaggio NT3 concept at the Milan Show, attended by Roberto Colaninno (Piaggio Group Chairman and CEO), board director Michele Colaninno and Ravi Chopra (Chairman and MD of PVPL India).

La 68° edizione dell'EICMA, inaugurata martedì 2 novembre dal Primo Ministro Silvio Berlusconi accompagnato dal Ministro dello Sviluppo Economico Paolo Romani, ha confermato che le aziende e gli appassionati di due ruote non si arrendono alla crisi.

Anzi: più di 500.000 visitatori, 2.014 giornalisti accreditati e oltre 1.100 marchi rappresentati sono i numeri straordinari dell'edizione 2010 di una vetrina che si conferma la più importante in Europa e, al tempo stesso, segnali che fanno ben sperare per il futuro della mobilità leggera.

Tra le novità di Eicma, la più sorprendente e ammirata non è stata una moto o uno scooter, ma Piaggio NT3.

L'innovativo veicolo di soli 2,4 metri di lunghezza, in grado di trasportare comodamente tre persone con propulsori da 200cc o 300cc (quest'ultimo anche ibrido), è stato presentato alla stampa dal Presidente e AD Roberto Colaninno,

**68th EICMA:
new two-wheeler
entries and a
four-wheel “surprise”
for half a million
visitors**

The 68th edition of the EICMA motorcycle show, officially opened on Tuesday 2 November by Italian Prime Minister Silvio Berlusconi accompanied by the Minister for Economic Growth, Paolo Romani, confirmed that two-wheeler producers and devotees are not giving in to the crisis. On the contrary: more than 500,000 visitors, 2,014 accredited journalists and over 1,100 brands on display are the impressive figures of the 2010 edition of what is clearly the industry's most important event in Europe, and a positive indication for the future of the mobility sector.



Novità del Gruppo Piaggio: Vespa PX e Aprilia Tuono V4 R. Esposta anche la Moto Guzzi California per le guardie del Re di Giordania.
New entries from the Piaggio Group: Vespa PX and Aprilia Tuono V4R. On stage also the Moto Guzzi California for the guards of the King of Jordan.

scatenando la curiosità dei giornalisti su possibili evoluzioni, posizionamenti di mercato e competitor. Stessa carica innovativa, ma con una ruota in meno, il Piaggio MP3 Yourban ha colpito nel segno per il suo stile elegante e moderno e per le dimensioni compatte che lo rendono maneggevole come un due ruote, ma con un livello di stabilità e sicurezza che solo la piattaforma MP3 può offrire. Passando dall'innovazione alla tradizione, la nuova Vespa PX 125 e 150 ha fatto ritornare il sorriso ai nostalgici del più celebrato veicolo italiano nel mondo.

Potenza, tecnologia e stile sono invece gli elementi comuni che hanno polarizzato le novità Aprilia: con la Tuono V4 R – la più potente naked

del mondo grazie ai 162 CV sprigionati da ultra compatto quattro cilindri a V di 65° e tenuti a bada dal rivoluzionario pacchetto di controlli dinamici APRC – e con le piccole RS4, le repliche a quattro tempi da 50cc e 125cc della RSV4 campionesse del mondo SBK con Max Biaggi.

Dalla velocità all'avventura, Moto Guzzi ha calamitato l'attenzione presentando la seconda generazione della sua Stelvio, anche nella versione NTX, che ha conquistato il cuore dei grandi viaggiatori grazie ad un serbatoio capace di stivare 32 litri di carburante, record assoluto della categoria. Ammirazione e curiosità anche per la California "in alta uniforme" realizzata per le guardie del Re di Giordania Abd Allāh II.



Of all the new products presented at EICMA, the most admired was, surprisingly, not a motorbike or a scooter, but the Piaggio NT3. Just 2.4 metres long with room for three people, this innovative vehicle with a 200cc or 300cc engine (the 300cc is also available in a hybrid version) was presented to the press by Piaggio chairman Roberto Colaninno, creating great interest among the journalists present about future developments, market positioning and competitors. An equally innovative new entry, but with one less wheel, the Piaggio MP3 Yourban made a great impact with its smart, modern lines; compact dimensions ensure the scooter is as easy to handle as a two-wheeler, but with a level of stability and safety only the MP3 can offer. From innovation to tradition, the new Vespa PX 125 and 150 brought a

smile to the faces of visitors who remember Italy's best loved scooter. Power, technology and style are the features of all the latest Aprilia models: the Tuono V4R – the world's most powerful naked bike with 162 HP unleashed by an ultra-compact 65° V4 engine and commanded by the revolutionary APRC dynamic control system – and the little RS4s, 50cc and 125cc four-stroke replicas of Max Biaggi's RSV4 SBK world champion. Moving from speed to adventure, Moto Guzzi captured visitors' attention with the second generation of the Stelvio, including an NTX version, a bike that has won the hearts of travel enthusiasts thanks to a 32 litres fuel tank, an absolute record in this class. Another attraction was the "dress uniform" version of the California for the guards of King Abd Allāh II of Jordan.

“Natale in Vespa” allo Spazio Broletto 13



Uno scintillante Ape rosso guidato da Babbo Natale tra le vie dello shopping milanese ed un elegante allestimento nello showroom di Spazio Broletto 13, dove tutti gli appassionati hanno ricevuto il loro “dolce dono” Vespa. Il Gruppo Piaggio ha festeggiato così il Natale – dal 9 al 24 dicembre – per la gioia di tutti i fan milanesi delle due ruote. Lo showroom del Gruppo Piaggio, nel cuore di Milano, è stato trasformato con luci e decorazioni ispirati ai colori più tipici del Natale e ha ospitato un allestimento speciale interamente dedicato a Vespa. I visitatori, in un’elegante atmosfera natalizia, hanno potuto ammirare i modelli più amati di Vespa, dalla PX alla GTS 300 Super, dalla Vespa S alla Vespa LX, e alcuni pezzi vintage da collezione, tra cui una Vespa 98 del 1947. Ad arricchire l’esposizione anche una versione speciale di Ape 50 dedicata al Natale, tutta rossa e ricoperta di luci. Fino alla vigilia di Natale l’Ape rosso ha girato per le vie del centro storico del capoluogo meneghino, invitando tutti allo Spazio Broletto 13 per ritirare il proprio dono: panettoncini e cioccolatini “Firmati Vespa” in regalo per tutti, ed una Smartbox “Soggiorno Benessere” per chi nel periodo pre-natalizio ha deciso di regalarsi una Vespa LX.

“Christmas Vespa style” at Spazio Broletto 13

A shiny red Ape truck driven by Father Christmas through Milan's shopping streets and an eye-catching display in the Spazio Broletto 13 showroom, where “sweet” Vespa gifts were distributed to visitors. Christmas was celebrated in true style by the Piaggio Group in Milan from 9 to 24 December, to the delight of all local two-wheeler fans. Lights and decorations in traditional Christmas colours transformed the Piaggio Group showroom in central Milan, where a special display dedicated to the Vespa was organised. In a stylish festive atmosphere, visitors had the opportunity to admire the most popular Vespa models, from the PX and GTS 300 Super to the Vespa S and Vespa LX, as well as a number of vintage collector items, including a Vespa 98 from 1947. The display was completed with an all-red Christmas version of the Ape 50, decked out in fairy lights. Until Christmas Eve, the red Ape drove round Milan city centre, inviting everyone to visit the Spazio Broletto 13 showroom and pick up their gift: special Vespa miniature sweets and chocolates for everyone, and a “Wellness” Smartbox for everyone who decided to buy themselves a Vespa LX for Christmas.

INSIDE

Aprilia corre in Andalusia con le nuove RSV4 Factory APRC S.E. e Dorsoduro 1200



Lo scorso 26 ottobre si è tenuto in Andalusia un evento molto atteso dalla stampa specializzata: il lancio di Aprilia RSV4 Factory APRC S.E. e di Dorsoduro 1200. Un evento duplex, della durata di cinque giorni, che ha riunito nel quartier generale del Monte Castillo Resort di Jerez de la Frontera 117 giornalisti provenienti da 14 Paesi. Tra le firme inviate dalle redazioni più autorevoli nomi celebri del Circus mondiale della velocità, come Shunji Yatsushiro, fedele scudiero di Wayne Gardner al team Honda Rothmans HRC nel 1987, anno del suo titolo iridato, Mario Lega, campione del mondo della classe 250cc nel 1977 con la Morbidelli, Mauro Sanchini, campione italiano SBK nel 2003 e gli specialisti delle competizioni di Endurance come Dario Marchetti e Andreas Bindl. Ex piloti e giornalisti con il polso destro allenato hanno

Aprilia races round Andalusia

An event eagerly awaited by the trade press took place in Andalusia on 26 October: the launch of the Aprilia RSV4 Factory APRC S.E. and the Dorsoduro 1200. The twin debut, organised over five days, brought 117 journalists from 14 countries to the Monte Castillo Resort in Jerez de la Frontera.

Among the representatives of the world's leading trade journals were some of the most distinguished names from world motorcycling, including Shunji Yatsushiro, faithful companion of Wayne Gardner on the Honda Rothmans HRC team in 1987, the year Gardner won the world title, Mario Lega, 250cc world champion in 1977 with Morbidelli, Mauro Sanchini, Italian SBK champion in 2003, and endurance specialists Dario Marchetti and Andreas Bindl. Former riders and

Aprilia races round Andalusia with the new RSV4
Factory APRC S.E. and Dorsoduro 1200

033



spremuta al limite le RSV4 Factory APRC S.E. lungo le 13 curve e i 4.428 metri del circuito di Jerez de la Frontera, scoprendo un rendimento della moto sconosciuto alla concorrenza, grazie anche al nuovo sistema APRC. L'APRC ha messo tutti d'accordo sulla sua efficacia, permettendo al pilota evoluto di migliorare il responso cronometrico assoluto e sulla distanza, e donando alla "matricola" una sensazione di sicurezza tale da poter esplorare l'elevato potenziale della quattro cilindri veneta. Piacere di guida e sicurezza sono state le parole più utilizzate anche dai giornalisti che hanno guidato la Dorsoduro 1200, dotata di ABS e Traction Control. I 130 cavalli erogati dalla bicilindrica funbike di Noale, tenuti a bada dall'elettronica e dal buon senso dei giornalisti che l'hanno provata, hanno scalpitato per cinque giorni lungo l'anello di 160 km che collega Jerez a Ronda attraverso Rota Los Pueblos Blancos, in un contesto di straordinaria bellezza naturale. La Dorsoduro 1200 è apparsa a tutti una moto dalla stabilità irreprensibile, dotata di un motore che rappresenta il riferimento prestazionale della categoria.

journalists with a finely tuned right wrist put the RSV4 Factory APRC S.E. through its paces along the 13 bends and 4,428 metres of the Jerez de la Frontera circuit, to discover a performance level unmatched by competitor bikes, thanks to the new APRC system. Everyone agreed the APRC is a highly effective package, enabling the expert rider to raise his top speed and overall chronometric performance and giving the rookie the sense of safety he needs to explore the enormous potential of the Italian four-cylinder. Riding pleasure and safety were also the most frequent comments from the journalists who test rode the Dorsoduro 1200, with ABS and traction control. Over the five days, the 130 HP delivered by the Noale twin-cylinder funbike were kept on a close rein by the bike's electronics and the common sense of the journalists as they pounded the 160 km loop linking Jerez and Ronda along the spectacularly beautiful Rota Los Pueblos Blancos. The verdict was unanimous: the Dorsoduro 1200 offers impeccable stability with an engine regarded as a performance benchmark for this class of bike.



CIAK... SI VESPA!

La Vespa e il Cinema: la mostra-evento del Museo Piaggio racconta una storia d'amore lunga sessant'anni

di **Stefania Giorgioni**

«E» ra la punizione peggiore, la più temuta dopo una marachella... mio padre Vittorio mi guardava severo e tuonava: oggi non potrai usare la Vespa». Alessandro Gassman ha aperto la mostra "La Vespa e il Cinema" con un aneddoto che ha strappato l'applauso al gran pubblico presente nella sala del Museo Piaggio e che racconta la sua passione per le due ruote più famose nel mondo. Accanto a lui nel taglio del nastro un altro celebre fan della Vespa, l'attore Ugo Dighero: «La specialità mia e dei miei amici era "truccare" le nostre Vespa 50 per renderle adatte al fuoristrada. I risultati erano piuttosto scarsi, ma il divertimento era infinito». Fino al 15 gennaio 2011 la mostra - realizzata dalla Fondazione Piaggio, con la collaborazione del Centro Multimediale del Cinema e Viareggio EuropaCinema - propone un affascinante spaccato della straordinaria relazione tra Vespa e cinema, attraverso l'esposizione di locandine, manifesti e foto di scena. Non manca la possibilità di godere delle più belle scene della "carriera cinematografica" di Vespa: grazie a un supporto multimediale touch screen è possibile selezionare e visionare oltre 100 sequenze tratte da film, vecchi spot e documenti filmati, alcuni dei quali inediti. Impreziosiscono il percorso espositivo una serie di Vespa esposte al Museo Piaggio negli allestimenti che le hanno rese celebri in pellicole-mito: dalla 150cc verde di "Vacanze Romane" alla spettacolare versione "Mod" creata per la GS di Sting nel film "Quadrophenia", dall'elegantissima bicolor bianco/blu apparsa in "Alfie" con Jude Law fino alla 150 Sprint condotta da Nanni Moretti in "Caro Diario".

Action... the Vespa rolls!

«It was the worst punishment, the penalty I feared most after misbehaving... my father Vittorio would regard me sternly and thunder: today you're banned from going out on the Vespa!» Opening the exhibition "The Vespa and the Movies", actor Alessandro Gassman recounted an anecdote that won applause from the public in the Piaggio Museum and illustrated his passion for the world's best-known two-wheeler. Gassman was joined for the ribbon-cutting ceremony by another famous Vespa fan, actor Ugo Dighero: «My friends and I were experts in souping up our Vespa 50s for cross-country riding. The results weren't up to much, but it gave us hours of enjoyment.» Open until 15 January 2011, the exhibition - organised by the Piaggio Foundation in cooperation with the Cinema Multimedia Centre and Viareggio EuropaCinema - offers a fascinating window on the extraordinary ties between the Vespa and the movies, with displays of posters, billboards and movie stills. The show is also an opportunity to view the best scenes from the Vespa's "cinema career": a touchscreen multimedia system has been installed, where visitors can select and run more than 100 sequences from films, old commercials and documentaries, some being shown for the first time. The exhibition route is enhanced by a series of scooters in the settings that made the Vespa a star in legendary movies: from the green 150cc in "Roman Holiday" to the spectacular "Mod" version for Sting's GS in "Quadrophenia", the stylish white and blue scooter used by Jude Law in "Alfie" and the 150 Sprint ridden by Nanni Moretti in "Dear Diary".



Alessandro Gassman



Ugo Dighero

Generazione Tuono 2.0

Dopo 8 anni la Tuono passa il testimone alla nuova V4R: 36 cavalli in più, 10 kg in meno e una prodigiosa elettronica per essere più veloci e sicuri in ogni condizione



di **Daniele Torresan**

Ll debutto della Aprilia Tuono V4R è stato scintillante: in occasione della 68ª edizione dell'EICMA è stata ammirata e considerata da tutti gli appassionati di moto ad altissime prestazioni. Per capirne qualcosa di più, Wide ha incontrato alcuni protagonisti della "nascita" di questo modello atteso per la primavera 2011. Umberto Basso, brand manager di Aprilia, ci spiega che «la nuova Tuono V4 R non ha nulla in comune con la prima versione presentata in occasione dell'Intermot del 2002. Eppure, allo stesso tempo, è esattamente la stessa moto. Infatti è potentissima, leggera, dotata di una sovrappiatta ciclistica e di prestazioni inavvicinabili dai competitor, come la prima Tuono derivata dalla RSV 1000 del 2002, stagione in cui Noriyuki Haga conquistò la quarta piazza nel mondiale SBK. È una vera Superbike scarenata».

Secondo Maura Paccagnella, product manager Aprilia «come la prima Tuono, anche la nuova V4 R conserva l'anima e parte del corpo felino della sorella omologata per la WSBK. Ma porta in dote, rispetto alla sua progenitrice, due cilindri e 36 cavalli in più in una massa alleggerita di oltre dieci chili. Ne deriva che – continua Paccagnella – con 162 cv erogati la Tuono V4 R è la più potente naked del mondo e anche la più veloce su

Generation Tuono 2.0

It was a dazzling debut for the Aprilia Tuono V4R: previewed at the 68th edition of the EICMA motorcycle show, the new model was admired and desired by all the superbike connoisseurs visiting the show. To find out more, Wide talked to some of the protagonists behind the V4R, whose market launch is scheduled for the spring of 2011. Aprilia brand manager Umberto Basso tells us that «the new Tuono V4R has nothing in common with the first version presented at Intermot 2002.

Yet it's exactly the same bike. It's a powerful, lightweight machine, with a sophisticated chassis and capabilities its competitors can only dream of, just like the first Tuono based on the RSV 1000 in 2002, the season when Noriyuki Haga came fourth in the SBK world championship. It's a genuine naked superbike.» According to Aprilia product manager Maura Paccagnella, «like the first Tuono, the new V4R retains the soul and part of the feline body of the sister model approved for the WSBK. But compared with its predecessor, it comes with two extra cylinders and 36 extra horsepower, on a frame that has lost more than ten kg.

In other words, with its 162 HP, the Tuono V4R is



pista». «In una moto non bastano i numeri per esprimerne il talento – chiosa Francesco Polimeni, Responsabile Marketing Prodotto Moto – il carattere deve essere visibile e percepibile nello stile, e la Tuono con il suo graffiante cupolino, acuminato da due fari poliellissoidali, interpreta fedelmente lo sguardo spietato e autoritario che deve avere la più potente e veloce naked mai prodotta in serie». Come da tradizione, Tuono V4R prende dalla RSV4 il family feeling del codone, sella, serbatoio e fianchetti, che rappresentano uno dei migliori esempi di design made in Italy motociclistico dell'ultimo decennio per il rapporto tra bellezza formale e funzionalità, nonché il triplice fanale. Dalla RSVR Factory APRC SE la Tuono V4R eredita anche il nuovo impianto di scarico con valvola parzializzatrice, più leggero di due chili rispetto a quello della versione RSV4 "R", e la gestione Ride by Wire di ultima generazione. Si differen-

zia, invece, per la rapportatura dei primi tre rapporti del cambio, ora più corti, e per il valore di coppia massima – ora di 110 Nm – espresso 1000 giri più in basso. Al pilota, perché tale è da considerare colui che si appropria ad un simile bolide, è destinata una posizione di guida di totale inserimento nel motoveicolo, per trasferire ai tre punti di contatto – sella, pedane e manubrio – la massima sensibilità di guida. Rimanendo in sella e impugnando il manubrio, di tipo biconico, si entra in contatto con il joystick dell'APRC (Aprilia Performance Ride Control). È il pacchetto elettronico di controlli dinamici di seconda generazione sviluppato da Aprilia per avvicinarsi sempre di più al limite della fisica di guida: lo stato dell'arte nei controlli dinamici performanti di una moto. Andrea Ricci Iamino, manager dei sistemi elettrici ed elettronici di Aprilia, ci racconta le innovazioni del ride Control Aprilia: «L'APRC si basa su una piat-

the world's most powerful naked bike and also the fastest on the track.» «Numbers are only part of the story when it comes to describing a bike's talent,» says motorcycle product marketing manager Francesco Polimeni. «Its character has to be visible, perceptible in its style, and the Tuono, with its sharp top fairing tipped with two polyelliptical headlamps, successfully displays the mean, authoritarian stare you'd expect from the most powerful, fastest naked bike ever produced for the mass market.»

As tradition dictates, the Tuono V4R maintains a family feeling with the RSV4 with its tail fairing, saddle, tank and side panels, examples of some of the best Italian motorcycle design of the past ten years in terms of the relationship between formal aesthetics and functionality, as well as a triple tail light. From the RSVR Factory APRC SE, the Tuono V4R also inherits the new exhaust

system with bypass valve, which is two kg lighter than the system on the RSV4 "R", and latest-generation ride-by-wire throttle control. On the other hand, compared with its sibling, it has a shorter gear ratio on the first three gears and a maximum torque of 110 Nm on top 1000 rpm lower. The racer – the correct term for anyone riding this fireball – is accommodated in a riding position tailored to create a symbiotic relationship with the bike, for maximum feedback through the three points of contact: saddle, footpegs and handlebars. Once the rider is in the saddle and grips the biconical handlebars, he makes contact with the Aprilia Performance Ride Control (APRC) joystick, the second-generation electronic dynamic control system developed by Aprilia to come as close as possible to the physical limits of motorcycle riding: state-of-the-art dynamic performance controls.

taforma inerziale automotive, con due girometri e due accelerometri che permettono alla centralina di ricostruire le condizioni dinamiche della moto e intervenire sul controllo motore per sostenere il pilota nel raggiungimento della massima velocità di percorrenza. Il pacchetto APRC contiene quattro fondamentali dispositivi: il primo è il controllo di trazione ATC (Aprilia Traction Control), regolabile su otto livelli per controllare lo sliding nelle accelerazioni in uscita di curva in funzione dell'inclinazione e dell'apertura del gas. Altri elementi fondamentali sono il sistema AWC (Aprilia Wheelie Control), provvidenziale nel gestire il wheeling più estremi nel far decollare gradualmente la ruota anteriore a terra, e l'AQS (Aprilia Quick Shift), che consente cambiate istantanee senza chiudere il gas e senza usare la frizione. Completa il quadro delle opzioni disponibili il più adrenalinico tra questi dispositivi: il sistema ALC (Aprilia Launch Control)». I 162 cavalli del bolide

di Noale trasformano la Tuono V4R in pista in un vero e proprio razzo al semplice rilascio della frizione, scaricando l'incredibile potenza su ogni mm disponibile sul 190/55 posteriore. Ma anche per la guida stradale di ogni giorno, e per coloro che non sono ancora avvezzi ai miracoli dei software di dinamica del veicolo, Tuono V4 R offre una grandissima gratificazione dal punto di vista dell'hardware ciclistico.

La nuova naked Aprilia è, infatti, equipaggiata con il meglio della componentistica disponibile sul mercato: impianto frenante Brembo con pinze radiali e dischi flottanti da 320 mm (220 mm al posteriore), ruote in alluminio di nuovo disegno alleggerite di 2 kg rispetto a quelle in dotazione sulla RSV4 R, forcella Sachs upside down pluri-regolabile con steli da 43 mm trattati al nitruro di titanio per incrementarne la scorrevolezza, ammortizzatore Sachs con serbatoio d'azoto "Piggy Back" regolabile nel precario d'azoto.

Andrea Ricci lamino, Aprilia's electric and electronic systems manager, describes the innovations of the Aprilia ride control system: «The APRC system is based on an automotive inertia sensor platform, with two gyrometers and two accelerometers, which enable the ECU to monitor the bike's dynamic state and control engine torque accordingly to help the rider achieve full performance potential. The APRC package comprises four fundamental functions: Aprilia Traction Control (ATC), with eight selectable levels to control sliding when accelerating out of a bend in relation to bank angle and throttle aperture; Aprilia Wheelie Control (AWC), providing vital support to help the rider control extreme wheeling by gradually bringing the front wheel back to the ground; Aprilia Quick Shift (AQS), for instantaneous upshifts without closing the throttle or using the clutch; and Aprilia Launch Control (ALC), the most

exhilarating option of all.»

On the track, the Noale beast's 162 HP transform the Tuono V4R into a missile as soon as the rider releases the clutch, discharging its astonishing power through every available square millimetre of the 190/55 rear tyre.

But for everyday street riding too, and for people unfamiliar with the miracles of the bike's software dynamics, the Tuono V4R is enormously gratifying on the hardware front. The new naked Aprilia features the best components available on the market: a Brembo brake system with radial callipers and 320 mm floating front discs (220 mm rear discs), aluminium wheels with a new design weighing 2 kg less than those on the RSV4R, a Sachs upside-down front fork with 43 mm stanchions coated with titanium nitride for reduced friction and a Sachs shock absorber with separate "piggy back" nitrogen canister featuring adjustable spring preload.

DATI TECNICI		TECHNICAL DATA		DATI TECNICI		TECHNICAL DATA	
Tipo motore	Aprilia 4 cilindri a V longitudinale di 65°, 4 tempi, raffreddamento a liquido, distribuzione bialbero a camme (DOHC), quattro valvole per cilindro	Engine type	Aprilia longitudinal 65° V-4 cylinder, 4-stroke, liquid cooling system, double overhead camshafts (DOHC), four valves per cylinder	Gestione della trazione	Sistema APRC (Aprilia Performance Ride Control) che comprende controllo di trazione (ATC), controllo di impennata (AWC), controllo di partenza (ALC) tutti settabili e disinseribili indipendentemente	Traction management	APRC System (Aprilia Performance Ride Control), which includes Traction Control (ATC), Wheelie Control (AWC), Launch Control (ALC), all of which can be configured and deactivated independently.
Alesaggio e corsa	78 x 52.3 mm	Bore and stroke	78 x 52.3 mm	Telaio	Telaio in alluminio a doppia trave con elementi fusi e stampati in lamiera. Ammortizzatore di sterzo Sachs.	Frame	Aluminium dual beam chassis with pressed and cast steel elements. Sachs steering damper.
Cilindrata totale	999.6 cc	Total engine capacity	999.6 cc	Sospensione anteriore	Forcella Sachs upside-down, steli 43 mm. Escursione ruota 120 mm	Front suspension	Forcella Sachs upside-down, steli 43 mm. Escursione ruota 120 mm
Rapp. di compressione	13:1	Compression ratio	13:1	Sospensione posteriore	Forcellone a doppia capriata in alluminio; tecnologia mista di fusione a basso spessore e lamiera. Mono-ammortizzatore Sachs con piggy-back completamente regolabile. Escursione ruota 130 mm	Suspension posteriore	Forcellone a doppia capriata in alluminio; tecnologia mista di fusione a basso spessore e lamiera. Mono-ammortizzatore Sachs con piggy-back completamente regolabile. Escursione ruota 130 mm
Potenza max all'albero	162 CV (119 kW) a 11.000 rpm	Maximum power at crankshaft	162 hp (119 kW) at 11,000 rpm	Dimensioni (regolazioni di base)	Lunghezza max: 2060 mm Larghezza max: 800 mm (al manubrio) Altezza max: 1100 mm Altezza min da terra: 120 mm Altezza sella: 840 mm Interasse: 1440 mm Avancorsa: 107.5 mm Angolo di sterzo: 25°	Dimensions (default settings)	Max. length: 2060 mm Max. width: 800 mm (at the handlebar) Max. height: 1100 mm Min. height from the ground: 120 mm Saddle height: 840 mm Centre to centre distance: 1440 mm Trail: 107.5 mm Steering angle: 25°
Coppia max all'albero	110 Nm a 9.000 rpm	Maximum torque at crankshaft	110 Nm at 9,000 rpm	Peso a secco	179 kg	Kerb weight	179 kg
Alimentazione	Airbox con prese d'aria dinamiche frontali. 4 Weber-Marelli 49-mm throttle bodies da 48 mm con 4 iniettori e gestione Ride-by-Wire di ultima generazione. Multimappa selezionabile dal pilota in marcia: T (Track), S (Sport), R (Road)	Fuel system	Airbox with front dynamic air intakes. 4 Weber-Marelli 49-mm throttle bodies with 4 injectors and latest generation Ride-by-Wire engine management. Choice of three different engine maps selectable by the rider with bike in	Serbatoio	17 litri (4 di riserva)	Tank	17 litres (4-litre reserve included)
Cambio	Estraibile a 6 rapporti Comando cambio con sistema elettronico Aprilia Quick Shift (AQS)	Gearbox	6-speed cassette type gearbox Gear lever with Aprilia Quick Shift electronic system (AQS)				
Frizione	Multidisco in bagno d'olio con sistema antisaltellamento meccanico	Clutch	Multiplate wet clutch with mechanical slipper system				

BACKSTAGE



Gran festa a Noale per i suoi “campioni del mondo”

Party time for Noale’s “world champions”



INoalesi, e non solo loro, non hanno voluto mancare alla grande festa in piazza Castello con cui il Comune ha celebrato il doppio titolo, piloti e costruttori, conquistato nel Campionato Mondiale Superbike dall'Aprilia Alitalia Racing Team. Max Biaggi, cinque volte Campione del Mondo e primo italiano iridato nella Superbike, e Leon Camier sono stati ospiti d'onore di una serata condotta da Guido Bagatta e suggellata dall'intervento delle autorità noalesi, a iniziare dal primo cittadino e tifoso Michele Celeghin.

The residents of Noale, and visitors from farther a field, were determined not to miss the party organised by the townhall in Piazza Castello to celebrate the double world title, riders and manufacturers, secured at the Superbike World Championship by the Aprilia Alitalia Racing Team.

Five-times world champion Max Biaggi, the first Italian to win the Superbike world title, and Leon Camier were the guests of honour at an evening presented by Guido Bagatta and attended by the local authorities, led by the Mayor of Noale and motorcycling enthusiast Michele Celeghin.



Fiorello in sella alla RSV4 R per Wind Infostrada

**Fiorello rides
the RSV4 R
for Wind Infostrada**

Tra gli spot televisivi più visti del 2010, c'è sicuramente la "cavalcata" di Fiorello sulla RSV4 R Aprilia per il nuovo spot di Wind Infostrada. La moto è stata scelta come compagna ideale per esaltare più che mai l'audacia del protagonista della campagna tv. Gioventù, grinta, stile all'avanguardia, eleganza: elementi comuni al cinquantenne showman e alla moto supersportiva più ricca di fascino e tecnologia di casa Aprilia.

One of 2010's most popular TV commercials was certainly Fiorello's appearance on the Aprilia RSV4 R for the new Wind Infostrada advert.

The bike was chosen as the ideal companion to enhance the bravado of the star of the TV campaign. Youth, power, cutting-edge style, elegance: all features shared by the 50 year-old artiste and Aprilia's exciting hi-tech super sports bike.

BACKSTAGE



Spedizione Moto Guzzi in Etiopia: 4.000 km di solidarietà

**Moto Guzzi expedition to Ethiopia:
4,000 km of solidarity**

Il 28 dicembre è partita da Addis Abeba un'importante spedizione umanitaria a favore del popolo etiope, organizzata dal moto club Alfa-Centauri Salento in collaborazione con Moto Guzzi. Le moto di Mandello affronteranno un percorso di oltre 4.000 km: la spedizione transiterà per le città di Gondar, Aksum, Yeha, Adigrat, Macallè, Lalibella, attraversando la catena dei Monti Simien, il lago Tana e le spiagge di Bahir Dar per rientrare ad Addis Abeba l'11 gennaio 2011. A vivere queste emozioni sarà una comitiva formata da ufficiali dell'Esercito e dei Carabinieri, nonché da liberi professionisti, guidati dal magistrato Maurizio Saso, che condurrà i sette compagni di spedi-

zione lungo luoghi nei quali la cooperazione italiana aiuta a combattere lo spettro della fame e della carestia che affligge questo territorio. La carovana di centauri percorrerà i tracciati etiopi in sella alle Moto Guzzi Stelvio 1200 strettamente di serie, equipaggiate con il set di valigie in alluminio e con il kit di protezione cilindri, coppa dell'olio, cardano e manopole presente sulla versione NTX. Unica differenza è la presenza di una grafica dedicata all'evento, che riporta la mappa di questo avventuroso itinerario di solidarietà. A completare la spedizione ci saranno tre autoveicoli di supporto per il trasporto di attrezzature, derrate e ricambi, una troupe per la produzione foto video ed un medico.

An important humanitarian expedition in aid of Ethiopia, organised by the Alfa-Centauri Salento motorcycle club in cooperation with Moto Guzzi, left Addis Ababa on 28 December.

The Mandello bikes will undertake a round trip of more than 4,000 km, travelling through the cities of Gondar, Aksum, Yeha, Adigrat, Macallè, Lalibella, over the Simien Mountains, Lake Tana and the beaches of Bahir Dar, before returning to Addis Ababa on 11 January 2011. The riders include officers from Italy's Army and Carabinieri corps, as well a number of professionals led by magistrate Maurizio Saso,

who will take his seven travel companions to places where Italian cooperation is helping Ethiopians combat the spectres of hunger and famine that afflict the region.

The team will make its way through Ethiopia on standard Moto Guzzi Stelvio 1200 bikes, equipped with the aluminium cases and the cylinder protection kit, oil sump, drive shaft and handlebars from the NTX version.

The only difference is a special event sticker with a map showing the route of the solidarity initiative. The expedition is completed by three support vehicles carrying equipment, food and spares, a film crew and a doctor.

Aprilia conquista i Faraoni

Nel famoso rally del deserto, vittoria di classe
e secondo posto assoluto per la bicilindrica veneta RXV 4.5



di **Paolo Pezzini**

È stato un Rally dei Faraoni targato Aprilia quello che si è concluso a El Alamein (Egitto) lo scorso 9 ottobre. Il cileno Francisco "Chaleco" Lopez, pilota di punta del Team Aprilia Giofil, ha infatti dominato la classe 450 e si è battuto senza timori reverenziali con le moto di più grande cilindrata. Lopez ha sfiorato la grande impresa, conquistando il secondo posto della classifica generale: un piazzamento d'eccezione perché conquistato con-

tro moto di cubatura e potenza ben superiori. Lopez si è concesso il lusso di dominare la prima tappa e di mantenere la testa della classifica generale per ben quattro giornate sulle sei di gara. Con la gara egiziana si chiude un fantastico 2010 per l'attività rally di Aprilia, iniziato con il clamoroso terzo posto colto all'esordio nella Dakar e proseguito con la vittoria di Lopez nella classifica assoluta al Rally di Tunisia. Il Rally dei Faraoni 2010 è stato anche una tappa fondamentale nel percorso di avvicinamento alla Dakar 2011. Alla più importante delle grandi gare offroad Aprilia ha iniziato a "investire" sin dal 2008, accumulando esperienza e vittorie.

Aprilia conquers the Pharaohs

Aprilia was the name to watch at the Pharaoh's Rally that ended in El Alamein (Egypt) on 9 October. Putting aside any reverential fears of the larger bikes ridden by his rivals, Chile's Francisco "Chaleco" Lopez, the top rider of the Aprilia Giofil team, dominated the 450 category. Lopez just missed the top prize, winning second place in the overall scoreboard: an outstanding accomplishment given the much greater power

and engine capacity of the other competitors. Lopez allowed himself the luxury of dominating the first stage and holding the general lead for four days of the six-day event. The Egyptian race closed a fantastic 2010 for Aprilia rally events, which began with the astounding third place at its Dakar debut and continued with Lopez's victory as overall top rider in the Tunisian Rally. The 2010 Pharaoh's Rally was also a vital step towards Dakar 2011, the world's most important off-road race: Aprilia began investing in 2008, gaining significant experience and scoring a series of victories.

Marc Marquez e Derbi campioni del mondo classe 125



di **Stefania Giorgioni**

Giovanissimo, velocissimo e spagnolo. Suona naturale, in fondo, che Marc Marquez sia alla guida di una Derbi e che, con il marchio catalano, si sia laureato Campione del Mondo nella classe 125.

A soli 17 anni, nell'ultima gara del Motomondiale a Valencia, Marquez ha aggiunto il suo primo alloro iridato al titolo costruttori già conquistato dalla sua Derbi, realizzando così una straordinaria doppietta mondiale. Sono diventati così ben 21 i campionati del mondo conquistati dal marchio spagnolo del Gruppo Piaggio. In realtà Marc Marquez è solo l'ultimo di una "famiglia" di grandi piloti che hanno costruito la leggenda di Derbi permettendo alla marca, fondata nel 1922, di raggiungere e superare lo storico traguardo delle 100 vittorie nel Motomondiale: prima di lui hanno conquistato successi e regalato emozioni alle "Balas rojas" Angel Nieto, Jorge Martinez, Youchi Ui, Jorge Lorenzo e Mike di Meglio.

Marc, eri piccolissimo quando ti sei avvicinato ai motori. Come è andata?

«È stato grazie alla mia famiglia che ho mosso i primi passi nel mondo delle moto.

In casa sono sempre stati appassionati di motori e così, a tre anni, mi è venuto naturale chiedere a Babbo Natale una moto. Così ho iniziato facendo enduro e motocross».

A cosa pensi prima di una gara?

Marc Marquez and Derbi win the 125cc world titles

He's very young, very fast, and Spanish. So it seems appropriate that Marc Marquez should be on the saddle of a Derbi and that he should have ridden the Catalan brand to victory in the 125cc World Championship. At just 17, in the season's final race in Valencia, Marquez added his own first world title to the maker's title already won by Derbi, securing a formidable double world victory. His success takes the number of world championships conquered by the Piaggio Group's Spanish arm to an impressive 21. Marc Marquez is, of course, just the newest member of the "family" of great riders who have created the Derbi myth, and taken the Spanish company, established in 1922, over and beyond the historic goal of 100 Grand Prix wins: riders like Angel Nieto, Jorge Martinez, Youchi Ui, Jorge Lorenzo and Mike Di Meglio, whose triumphs have given fans of the "Balas rojas" unforgettable emotions.

Marc, you were very small when you started riding. How did you begin?

«It was thanks to my family that I started. Everyone at home was a motorcycle enthusiast, so when I was three it seemed natural to ask Father Christmas for a motorbike. Then I started in enduro e motocross.»



«Non penso troppo. Mi concentro per partire nel migliore dei modi: penso a quello che devo fare in quel momento».

Questa è stata una stagione d'oro, 10 vittorie e il titolo. Non hai mai avuto momenti difficili?

«La gara di Brno è stata molto difficile perché il venerdì, primo giorno di prove, avevo avuto un incidente piuttosto serio e mi era uscita la spalla. Così la domenica non avevo forza».

In più abbiamo fatto un errore nella scelta del pneumatico posteriore per la gara.

È stata veramente dura arrivare in fondo in quelle condizioni e con la gomma praticamente distrutta».

Come riesci a conciliare la scuola con le prove del Motomondiale, i test, gli impegni pubblici e un ritmo di vita così frenetico?

«Tra una corsa e l'altra cerco di andare a lezione e se devo partecipare a qualche Gran Premio i miei compagni di classe mi passano gli appunti. I professori sono comprensivi e anche loro mi

aiutano un po'!».

Di cosa hai più paura?

«Non saprei dire, non ci penso mai troppo. Forse del mare, perché non sono un grande nuotatore. E poi non mi piace non sapere cosa c'è sotto di me».

Da giovanissimo, prima di essere pilota sei stato un appassionato di gare motociclistiche. Chi è, o chi è stato, il tuo modello di pilota?

«Mi è sempre piaciuto molto Dani Pedrosa. Quando ho iniziato a correre lui vinceva le prime gare del Mondiale, stava diventando una star».

È un pilota molto tecnico, mi piace e mi sono sempre ispirato molto a lui».

Essere Campione del Mondo così giovane deve essere un'esperienza straordinaria...

«È una felicità enorme, è un sogno che diventa realtà. Quando il titolo è arrivato si sono mescolate in me la gioia e la consapevolezza di quanto è stata dura questa stagione».

E ho provato una grande gratitudine verso tutti quelli che mi hanno aiutato ad arrivare fino a lì».



What do you think about before a race?

«I don't think a lot. I concentrate on getting off to the best possible start: I think about what I have to do on the starting grid.»

This was a triumphant season, 10 wins and the title. Did you have any difficult moments?

«The Brno race was very tricky because on the Friday, on the first day of heats, I had quite a serious accident and dislocated my shoulder. So on the Sunday I was weak. We also chose the wrong rear tyre for the race. It was really tough finishing in those conditions and with the tyre practically in shreds.»

How do you manage to combine school and racing heats, tests, public engagements and a very busy lifestyle?

«Between races I try to get to lessons and if I'm racing my classmates lend me their notes. My teachers are very understanding and they help me too!»

What frightens you most?

«I don't know, it's not something I think about much. The sea, perhaps, because I'm not a good swimmer. And I don't like not knowing what's beneath me.»

When you were a boy, before you became a rider, you were a great motorcycle racing fan. Who is, or was, your model?

«I've always liked Dani Pedrosa. When I began racing, he was winning his first Grand Prix races and was becoming a star. He's a very technical rider, I like his style and he's always been a great inspiration for me.»

Being World Champion so young must be a wonderful experience...

«It's marvellous, a dream come true. When I won the title I felt a mixture of joy and an awareness of how tough the season had been. And I felt enormous gratitude to everyone who helped me get there.»

PIAGGIO STYLE



Inverno in bianco e rosso

L' inverno s'illumina con le mille offerte delle collezioni di abbigliamento e accessori firmate Moto Guzzi, Vespa e Aprilia: idee esclusive, originali e di qualità giocando sul binomio cromatico bianco-rosso. Giubbetti, mantelle anti-pioggia e felpe per proteggersi con stile, da abbinare agli

A red and white winter

Brighten up winter with the hundreds of offers from the Moto Guzzi, Vespa and Aprilia clothing and accessories ranges: top-quality items based on exclusive, original ideas, in a red and white colour palette. Jackets, rainproof capes and sweatshirts to keep



045



occhiali fashion e alle allegre borse a tracolla. Per gli amici motociclistici, ideale il set di accessori "tecnici" by Aprilia: paraschiena protettivo, casco e pratica borsa dove riporlo.

Colorano anche le giornate più grigie le nuove tazzine da caffè Vespa, le chiavette Usb di gomma a forma di logo e le cover per l'iPhone. Lo shopping è facile e divertente, scoprendo on line le collezioni dei brand del Gruppo Piaggio (www.piaggio.com): un'ampia offerta di prodotti unici, per soddisfare ogni esigenza.

warm and smart, matched with stylish eyewear and cheerful shoulder bags. Aprilia's set of "technical" accessories – back protector, helmet and practical helmet case – is the ideal choice for your biker friends. And the new Vespa coffee cups, logo-shaped rubber USB pen drives and iPhone covers guarantee a touch of colour on even the greyest days. Enjoy the fun of online shopping for the Piaggio Group brand collections (www.piaggio.com): a broad selection of unique products, something for every taste.



Le Red Arrows della RAF “volano” in Vespa per beneficenza



(Photos by Dan Aspel).

Il 30 settembre scorso dieci piloti della pattuglia acrobatica in servizio della Royal Air Force sono “decollati” da Land’s End in Cornovaglia, nella regione sud occidentale dell’Inghilterra, per raggiungere all’estremità opposta della Gran Bretagna il villaggio di John O’Groats in Scozia.

Per percorrere i 1.600 km che separano le due località, i piloti di Sua Maestà Britannica hanno lasciato negli hangars i loro Tornado GR4 per salire sulle Vespa S 125 personalizzate con i colori del celebre corpo aeronautico militare. Una scelta di passione a supporto di un’iniziativa benefica per la raccolta di fondi a favore di Royal Air Force Benevolent Fund, la Royal Air Forces Association, Help for Heroes, Whizz-kidz e Fly2help.

The RAF Red Arrows “fly” the Vespa for charity

On 30 September ten pilots from Britain’s Royal Air Force acrobatic team “took off” from Land’s End in Cornwall bound for the other end of the United Kingdom, the village of John O’Groats in Scotland. To cover the 1,600 km between start and finish, the RAF pilots left their Tornado GR4s in their hangars and climbed on to Vespa S 125 scooters personalised with the colours of the celebrated military corps. The initiative was organised as a spectacular charity ride to raise funds for the Royal Air Force Benevolent Fund, the Royal Air Force Association, Help for Heroes, Whizz-kidz and Fly2help.

Vespa, passione del Sol Levante

Successo per il “Vespa Brunch 2010”, 11° raduno nazionale organizzato dal Fender Light Club Japan, in collaborazione con il Vespa Club Japan e Y. Narikawa. Allo Chateau Kamiya di Ibaraki, vicino a Tokyo, lo scorso ottobre si sono ritrovati oltre cento fans. Le loro Vespa, tutte personalizzate con fantasia, hanno offerto uno straordinario show.

Vespa, the passion of the Rising Sun

A great success for the “Vespa Brunch 2010”, the 11th national rally organised by the Fender Light Club Japan, in cooperation with the Vespa Club Japan and Y. Narikawa. More than one hundred devotees met up at the Chateau Kamiya in Ibaraki, near Tokyo, in October, where their imaginatively personalised Vespas created an eye-catching spectacle.



Moto Guzzi World Club... in pista

Si è chiusa in bellezza la stagione "agonistica" 2010 del Moto Guzzi World Club, organizzata in collaborazione con la Federazione Motociclistica Italiana. Numerosi ed entusiasti i Guzzisti che hanno partecipato alle gare, disputate da maggio ad ottobre, sui circuiti di Magione, Adria e Franciacorta. Per la cronaca, i riders vincitori sono: Claudio Fioroni su Griso 1200 (Griso Cup), Paolo Stagi su MG 1100 Sport (Classe Open e Regolarità Moderne), Cristian Pavi su MG Le Mans 1000 (Regolarità Vintage). (www.motoguzziworldclub.com).



1



2



3

Moto Guzzi World Club... on track

A fine close for the Moto Guzzi World Club 2010 racing season, organised in cooperation with the Italian Motorcycling Federation. The May-October season attracted numerous Guzzi racing enthusiasts to the Magione, Adria and Franciacorta circuits. For the record, the winning riders were: Claudio Fioroni on a Griso 1200 (Griso Cup), Paolo Stagi on an MG 1100 Sport (Open and Regolarità Moderne), Cristian Pavi on an MG Le Mans 1000 (Regolarità Vintage). (www.motoguzziworldclub.com).



4



5



6

Moto Guzzi happening

Curiosità dai raduni: il piccolo Guzzista in sidecar (foto 1); l'auto d'epoca con motore Moto Guzzi (foto 2); la moto-roulotte (foto 3); rari esemplari storici: MG 850 Le Mans e Mille GT (foto 4); motociclisti a riposo sulle comode selle (foto 5); un cane al raduno...dal look impeccabile (foto 6).

Moto Guzzi happening

Interesting scenes from the rallies: a small Guzzi fan in a sidecar (photo 1); a vintage car with Moto Guzzi engine (photo 2); a "moto-caravan" (photo 3); rare historic models: the MG 850 Le Mans and the Mille GT (photo 4); bikers take time out on their comfy saddles (photo 5); an impeccably turned out rally dog (photo 6).



Corea del Sud: Aprilia RSV4 domina al Superbike Festival

South Korea: the Aprilia RSV4 sweeps the board at the Superbike Festival

Due vittorie per Aprilia RSV4 Factory nel primo round del "Korea Superbike Festival" (KSBK 2010). Sul gradino più alto del podio sono saliti i piloti del DeFigo Aprilia Racing team: Choi Dongkwan, che ha corso la gara sbk, e Yim Yongjun, vittorioso nella superstock 1000.

Two wins for the Aprilia RSV4 Factory in the first round of the "Korea Superbike Festival" (KSBK 2010). On the top step of the podium the riders of the DeFigo Aprilia Racing team: Choi Dongkwan, who competed in the SBK race, and Yim Yongjun, winner of the superstock 1000.

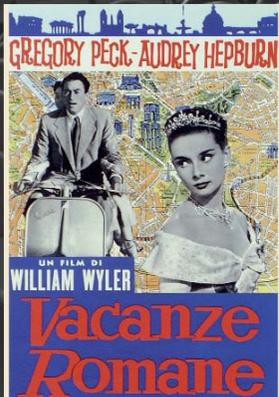
TIMELESS

Unforgettables

Indimenticabili



Roman Holiday (1953)



The relationship between the Vespa and the Movies is an extraordinary marriage: unbelievably happy and intense, an indissoluble decades-long union that has successfully re-invented itself time and sparked emotions at every latitude. Today, after more than sixty years, the Vespa is the worldwide symbol of Italian creativity and a unique example of "immortality" in the history of industrial design. The Vespa is no longer just a product of the world of transport: it is the story of a phenomenon-symbol of global mores. Today, riding a Vespa continues to be synonymous with freedom and social status, with dynamism, with a love of beauty. It is an experience of life and the imagination, replete with individual and collective symbols created for the most part during the years of the Dolce Vita: Audrey Hepburn and Gregory Peck in Roman Holiday were the first stars of a magical partnership subsequently replayed with extraordinary frequency in hundred of movies and advertising campaigns. The creativity of actors and actresses, of directors and advertising artists, fuels the myth and every day enriches the Vespa imaginary with new values, in every corner of the world.

Roberto Colaninno (from the catalogue of "The Vespa and the Movies" exhibition)

Il rapporto fra la Vespa e il Cinema è un matrimonio straordinario: incredibilmente felice e intenso, indissolubile nei decenni, capace di rinnovarsi continuamente e di creare emozioni ad ogni latitudine. Dopo oltre sessant'anni di vita, la Vespa è oggi il simbolo della creatività italiana nel mondo ed un esempio unico di "immortalità" nella storia del design industriale. Vespa non appartiene più soltanto al mondo della mobilità: è la storia di un fenomeno-simbolo del costume globale. Oggi come ieri, andare in Vespa è sinonimo di libertà e status sociale, di dinamismo e di passione per la bellezza. È un'esperienza di vita e di immaginazione, carica di simboli individuali e collettivi nati in gran parte negli anni della Dolce Vita: Audrey Hepburn e Gregory Peck in Vacanze Romane sono stati i primi protagonisti di un connubio magico, che si è poi ripetuto con straordinaria frequenza in centinaia di pellicole cinematografiche e di campagne di advertising. La creatività di autori e attrici di registi e di pubblicitari alimenta la forza del mito e arricchisce quotidianamente l'immaginario di Vespa di nuovi valori, in ogni angolo del mondo.

Roberto Colaninno

(dal catalogo della mostra "La Vespa e il cinema")



A cura di Graziella Teta
 (Fonte immagini:
 mostra "La Vespa
 e il cinema", Museo Piaggio).

By Graziella Teta
 (Images: "The Vespa
 and the Movies"
 exhibition, Piaggio Museum).

048



Esther Williams



John Wayne



Gene Kelly,
 "Destinazione Parigi" (1957)



William Holden, Nancy Kwan,
 "Il mondo di Suzie Wong" (1960)



Federico Fellini,
 "La dolce vita" (1960)



Giuseppe Tornatore,
 "Nuovo Cinema Paradiso" (1988)



Kim Novak



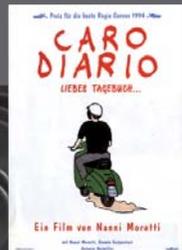
Anthony Perkins



Vittorio Gassman



Pedro Almodóvar, "L'égami!" (1990)



Nanni Moretti,
 "Caro Diario" (1993)



Henry Fonda



Anthony Quinn



Charlton Heston



Dean Martin



Hilary Duff,
 "Lizzie McGuire" (2003)



Jude Law,
 "Alfie" (2004)

NEW

The compact lightweight version of Piaggio's exclusive three-wheel technology

PIAGGIO MP3 Yourban

L'esclusiva tecnologia del tre ruote Piaggio
nella versione più compatta e leggera



di Paolo Pezzini

Nel 2006 Piaggio ha rivoluzionato il concetto di scooter lanciando MP3 e ridefinendo, grazie all'esclusiva tecnologia della doppia ruota anteriore, i parametri di sicurezza e divertimento nella guida.

L'innovazione è stata vincente, come testimoniano gli oltre 80.000 MP3 venduti in tutto il mondo. Ora con MP3 Yourban, presentato a Milano in occasione di EICMA 2010, la gamma MP3 amplia la sua offerta, portando tutti i vantaggi della tecnologia del tre ruote su uno scooter compatto e dalle linee leggere, agile e maneggevole, ideale per districarsi nel traffico. Disponibile dalla prossima primavera nelle cilindrate 125 e 300cc, MP3 Yourban si distingue per dotazioni e finiture al top della categoria. Il nuovo tre ruote Piaggio si rivolge sia a chi utilizza lo scooter negli spostamenti casa-lavoro, sia ai clienti più giovani, sia al pubblico femminile in cerca di un mezzo sicuro, agile e divertente. Con MP3 Yourban la gamma tre ruote Piaggio si arricchisce di un modello che unisce agli impareggiabili livelli di stabilità e sicurezza di MP3 il vantaggio di un'impostazione ciclistica studiata per esaltarne le doti di maneggevolezza e agilità: l'ideale per muoversi in città e regalarsi al tempo stesso un piacere di

Piaggio MP3 Yourban

In 2006, with the launch of the MP3, Piaggio revolutionised the concept of the scooter, redefining safety parameters and enhancing driving pleasure with its exclusive double front wheel. The innovation proved to be a winner, with more than 80,000 MP3 models sold worldwide.

Now, with the MP3 Yourban presented in Milan at the 2010 EICMA motorcycle show, the company has extended the MP3 range, incorporating all the advantages of three-wheel technology on a sleek, compact scooter with the agility and manageability to move deftly through traffic.

Due to begin shipping in the spring of 2011 in 125cc and 300cc versions, the MP3 Yourban offers top-of-the-range features and finishes. The new Piaggio three-wheeler targets people using a scooter to travel to work, the younger generation and female customers looking for a safe, nimble scooter that is a pleasure to ride.

The MP3 Yourban enhances the Piaggio three-wheeler family with a model combining the incomparable stability and safety of the MP3 with the advantages of a chassis designed to maximise handling and agility: the ideal choice for absolute riding pleasure even in the city. And with its young sporty design, it conquers hearts at first glance.



guida assoluto. MP3 Yourban conquista al primo sguardo con un design giovane e sportivo.

MP3 Yourban è anche comodo e funzionale, dotato di tutti i comfort e di soluzioni tecniche all'avanguardia. Il sistema di sospensione anteriore a quadrilatero articolato e la doppia ruota anteriore sono elementi unici che rendono la guida di Piaggio MP3 un'esperienza assolutamente rivoluzionaria, consentendo di sperimentare una stabilità in curva superiore a qualsiasi scooter, e una tenuta di strada eccellente anche in condizioni di scarsa aderenza.

Sul nuovo Piaggio MP3 Yourban questa filosofia ciclistica è stata declinata per ottenere il massimo in termini di maneggevolezza. Grazie alla novità delle

ruote anteriori da 13" e ad un passo contenuto al di sotto dei 1.450 mm, il nuovo MP3 Yourban offre uno straordinario livello di agilità che – unito alla "rocciosa" tenuta di strada garantita dal rivoluzionario avantreno – si traduce in una guida sempre divertente e sempre sicura, in qualsiasi condizione di fondo stradale.

Piaggio MP3 Yourban è offerto in due modissime ed ecologiche motorizzazioni da 125 e 300cc, 4T, 4 valvole, dotate di sistema di iniezione elettronica e raffreddate ad acqua. In entrambe le cilindrate MP3 Yourban si dimostra veloce, scattante e grintoso, fluido nella guida grazie all'iniezione, ma anche silenzioso e rispettoso dell'ambiente.

The MP3 Yourban also provides every comfort and the functionality of state-of-the-art technical solutions. The MP3 articulated quadrilateral front suspension system and double front wheel are unique features that deliver a completely revolutionary driving experience, with a stability on bends superior to any other scooter, and excellent road grip even in the worst conditions. Implemented on the new Piaggio MP3 Yourban, this chassis philosophy delivers maximum manoeuvrability. Thanks to the new 13" front wheels and a wheelbase of less than 1450 mm, the scooter offers outstanding agility, which, together with the solid grip guaranteed by the revolutionary front end, ensures a ride that will always be safe and fun, in any road conditions.

The Piaggio MP3 Yourban is available with two cutting-edge environment-friendly 4-stroke, 4-valve engines, with 125cc and 300cc capacity, both featuring an electronic injection system and water-cooling. Both engines are fast and feisty, smooth to drive but quiet and respectful of the environment.





Vespa PX

Il ritorno del mito

di Paolo Pezzini

Come una star hollywoodiana, Vespa PX ha catalizzato luci e attenzioni al Salone di Milano 2010. Sullo stesso palcoscenico su cui trentatré anni fa esordì, la più classica delle Vespa si è presentata annunciando il suo ritorno sul mercato. E il pubblico che all'interno di Eicma ha invaso l'elegante spazio Vespa ha testimoniato una passione assolutamente fuori dall'ordinario per questo "grande ritorno". Ideale anello di congiunzione tra la storia dello scooter più famoso al mondo e il suo futuro,

Vespa PX

Like a Hollywood star, the Vespa PX grabbed the spotlight at the 2010 EICMA motorcycle show in Milan. Back on the same stage where it made its debut thirty three years ago, this most classic of all the Vespa models announced its return to the market. The excitement aroused by the news of the great "comeback" among the visitors who flocked to the stylish Vespa stand at the EICMA show knew no bounds. The ideal link between the history of the world's most famous scooter and its future, the Vespa PX will begin shipping next spring, in the most

The legend returns

NEW



Vespa PX sarà sul mercato dalla prossima primavera nelle sue cilindratae più classiche: 125 e 150cc. Nata nel 1946 e diffusa nel mondo in oltre diciassette milioni di esemplari (e in questa straordinaria cifra le PX sono più di tre milioni), Vespa ha avvicinato e avvicina popoli di lingue e di culture diverse, ha incarnato e incarna i sogni e il desiderio di libertà di intere generazioni di ragazze e ragazzi. La PX è di gran lunga il modello più diffuso nella storia di Vespa. La gran parte degli esemplari prodotti e commercializzati a partire dal 1978 sono tuttora in marcia sulle strade di tutto il mondo, a testimonianza di una robustezza e di un'affidabilità diventate proverbiali, ma anche dell'amore che lega ogni Vespa al suo proprietario. All'interno dell'attuale gamma Vespa, la PX è l'unica a offrire il tradizionale cambio meccanico a quattro marce al manubrio: un vero e proprio must per gli appassionati. Grazie a linee essenziali, elegantemente minimaliste, Vespa PX mantiene tutti i classici punti di forza che ne hanno decretato il successo planetario: l'estetica inconfondibile, la funzionalità e la facilità d'uso, la leggendaria robustezza assicurata dalla scocca in acciaio, l'affidabilità di un motore semplice e indistruttibile, la possibilità (e il vezzo) di montare la ruota di scorta. Con l'adozione di una nuova marmitta catalitica progettata per abbattere le emissioni inquinanti, entrambe le motorizzazioni di Vespa PX rispettano le più severe e moderne normative Euro3, e sono pronte a spingere la più elegante delle Vespa sulle strade del mondo.

popular 125cc and 150cc models. Launched in 1946 with worldwide shipments totalling more than 17 million (an extraordinary figure of which the PX accounts for more than three million), the Vespa is still a passion shared by people of many different languages and cultures, a symbol of the dreams and desire for freedom of entire generations of youngsters.

The PX is by far the most popular model in the history of the Vespa. The great majority of PX scooters produced and marketed since 1978 are still on the roads all over the world, a testimony to a robustness and reliability that have become proverbial, and, equally, to the affection that binds each Vespa to its owner. In the current Vespa range, the PX is the only model to offer the conventional mechanical four-gear transmission on the handlebar: a must for true believers.

With its clean, elegantly minimalist lines, the Vespa PX retains all the traditional strengths that made it a worldwide success: the unmistakable style, functionality and user-friendliness, the legendary sturdiness of the steel bodyshell, the reliability of a simple, indestructible engine, the possibility (and kudos) of mounting a spare tyre.

Fitted with a new catalytic converter designed to reduce toxic emissions, both Vespa PX engines comply with the tighter Euro3 standards, ready to send the smartest member of the Vespa family out on to the world's roads.



NEW



Norge GT 8V

Viaggio in prima classe

Più potente, sicura, elegante
e confortevole rilancia

Moto Guzzi al vertice
delle granturismo a lungo raggio

di **Daniele Torresan**

Infaticabile viaggiatrice, campionessa riconosciuta di affidabilità, eletta moto tourer dell'anno (2006 e 2007) e fedele compagna delle polizie di città come Milano e Berlino, la Norge oggi si rinnova radicalmente e riafferma la sua vocazione di granturismo a lungo raggio con la nuova versione GT 8V. Una sigla che porta con sé aggiornamenti tali sul fronte dell'equipaggiamento, delle finiture e della qualità da rendere la Moto Guzzi Norge GT 8V un modello nuovo, nettamente più performante del precedente in termini di prestazioni, confort di marcia e piacere di guida.

Moto Guzzi Norge GT 8V **A first-class ride**

An indefatigable traveller, an acknowledged champion of reliability, elected the tourer bike of the year (2006 and 2007) and the faithful companion of metropolitan police forces in cities like Milan and Berlin, today the Norge has been totally revamped to confirm its vocation as a long-haul touring bike with the new GT 8V.

A tag that stands for equipment updates and finishes of a quality that establishes the Moto Guzzi Norge GT 8V as a new model, easily

Greater power; safety; style and comfort takes Moto Guzzi to the top of the long-haul touring bike sector **NEW**



Cuore pulsante di quest'affascinante granturismo è il celebre bicilindrico trasversale a V di 90° della serie "Quattrovalvole", la più prestazionale tra le famiglie di propulsori prodotte a Mandello del Lario. In quest'ultima versione è stata particolarmente curata la silenziosità e la regolarità di funzionamento, intervenendo sulla gestione elettronica, sulla distribuzione, sul raffreddamento e sull'impianto di scarico. La nuova centralina integrata di accensione e iniezione sfrutta ora i segnali di due sonde lambda al fine di garantire un'accurata alimentazione lungo tutto il ciclo di combustione, migliorando la risposta al comando del gas e l'erogazione ai regimi intermedi. Il radiatore dell'olio è stato posizionato nel puntale della carenatura inferiore ed è dotato di elettroventola termostattizzata che mantiene nel range ideale di utilizzo la temperatura del lubrificante, mentre il silenziatore - ora di maggior volume - ne ha civilizzato la timbrica e incrementato la coppia ai medi regimi. Il propulsore esprime una coppia massima su-

perire a 104 Nm erogati a soli 5.500 giri/min e raggiunge agevolmente un picco di potenza superiore a 102 cavalli, il tutto a un regime di rotazione massimo pressoché automobilistico e con una curva di potenza superiore di oltre il 20% rispetto al motore a due valvole. Il layout del nuovo propulsore, caratterizzato da un basamento più compatto e con il corpo cilindri dotato di alettatura rastremata verso il senso di marcia, ha comportato la modifica del telaio e determinato un nuovo design della carenatura. Quest'ultima conserva rispetto alla versione precedente il solo gruppo ottico anteriore. Sono nuovi il parabrezza a comando elettrico, le pance laterali integrate con il serbatoio e impreziosite dalla targhetta identificativa in metallo satinato e il puntale a doppio strato. Attraverso questo nuovo "vestito" si è raggiunto un triplice obiettivo: un'efficiente dissipazione del calore, un migliore isolamento termico e una più efficace protezione aerodinamica. In questo modo, la Norge regala a pilota e passeggero il piacere di viaggiare nel

outclassing its predecessor in terms of performance, riding comfort and driving pleasure. The heart beating inside this fascinating tourer is the renowned 90° transverse Vtwin "four valve" engine, the top performer of all the engine families manufactured at Mandello del Lario.

This latest version shows the special attention paid to development of a quieter, smoother engine, with adjustments to the electronic control, timing, cooling and exhaust system.

The new integrated ignition and injection ECU exploits input from two lambda probes to the combustion cycle, improving response to throttle control and mid-range power delivery.

The oil radiator is fitted on the lower fairing lug and has a thermostat-controlled electric fan to keep lubricant temperature within the ideal range, while the muffler is now larger, reducing noise levels and increasing mid-range torque.

The engine has a maximum torque of more than 104 Nm delivered at a mere 5,500 rpm and easily reaches an output peak of over 102 HP, with automobile-level speed and a 20% higher power curve compared with the two-valve version. The layout of the new engine, with a more compact crankcase and a cylinder unit fitted with fins tapered in the direction of travel, required changes to the chassis and new fairing designs. The only element retained from the previous version is the headlamp.

The electrically controlled windscreen, the side panels integrated with the fuel tank, a satin-finish metal serial plate and the dual-layer lug are all new features. The bike's new look achieves three objectives: efficient heat dissipation, improved thermal insulation and more effective aerodynamic protection.

The result for the Norge rider and passenger is a trip to be enjoyed in complete comfort.

più totale confort di marcia. La piacevolezza di utilizzo, in ogni tempo e situazione, emerge anche dallo studio ergonomico di dettagli che si apprezzano nell'uso quotidiano, dalla facilità di consultazione del quadro strumenti (ora posizionato più vicino allo sguardo del pilota), alla sella posta a soli 810 mm d'altezza e dotata di una più ampia seduta e imbottitura, ai nuovi manubri leggermente abbassati e arretrati che restituiscono al pilota un maggior controllo della moto alle alte velocità. Non mancano una comoda presa di corrente esterna da 12 Volt, un capiente vano sotto sella, manopole riscaldate e molte altre attenzioni, come la nuova stampella laterale, il cavalletto centrale, le maniglie del passeggero integrate, il nuovo set di valigie laterali completamente riprogettate per garantire un perfetto accoppiamento dei due gusci. L'incremento prestazionale ha esaltato la di-

namica di marcia di questa moto. Ma grazie a un rinnovato setting delle sospensioni, ottenuto sostituendo il set molle della forcella e dell'ammortizzatore e perfezionando la risposta idraulica delle due unità ammortizzanti, la moto è più veloce della precedente versione ad individuare la traiettoria ideale in fase d'inserimento in curva e più rapida nei cambi di direzione, anche in condizioni d'utilizzo a pieno carico. Rimanendo nell'ambito della sicurezza attiva, la moto esibisce anche un impianto frenante potenziato con un nuovo sistema elettronico di frenata ABS unito a dischi freno anteriori dotati di una nuova fascia frenante più performante. Potenziata nel motore, perfezionata nel confort, arricchita nelle finiture, rafforzata nel rigore ciclistico: la Moto Guzzi Norge GT 8V è ora pronta per riconquistare lo scettro di regina delle granturismo.

The riding pleasure offered by the bike, in all weather and conditions, is ensured by the ergonomic attention to details of great importance in everyday use: the instrument panel has been placed closer to the rider's line of vision for greater practicality, the saddle is now at a height of just 810 mm with a wider and well padded seat, the new handlebar has been slightly lowered and retracted to give the rider greater control at high speeds.

Features also include a practical 12 Volt external power socket, a spacious storage compartment beneath the saddle, heated handgrips and many other details, such as the new side stand, central stand, integrated passenger grab handles, a new set of side panniers restyled for perfect coupling of the two shells.

The bike's improved road performance has enhanced its riding dynamics.

But thanks to a revamped suspension setting, achieved by replacing the spring set on the fork and shock absorber and tightening the hydraulic response of the two suspension units, this model is faster than the previous version in identifying the ideal driving line coming into a bend and swifter in changing direction, even when used at full capacity. Still on the active safety front, the bike has more powerful braking with a new electronic ABS system as well as front brake discs fitted with a new, better performing brake band.

A more powerful engine, enhanced comfort, refined finishes and a reinforced chassis: the Moto Guzzi Norge GT 8V is ready to win back its title as queen of the tourers.



Dall'Alaska alla Patagonia su Moto Guzzi Stelvio NTX



di Gianni Reinaudo

Viaggiare lungo l'intero continente Americano in sella ad una moto, di per sé, è già una grande emozione. Farlo cavalcando una Moto Guzzi Stelvio è un sogno che diventa realtà. Lavoro per una multinazionale Austriaca di nome AVL, una società che produce strumentazione per prove su motori a combustione e che, negli ultimi anni, si sta affermando anche nel settore dei test "on board", ovvero per quel tipo di prove effettuate direttamente sul veicolo testato sulla strada. Il Gruppo Piaggio, da anni cliente dell'azienda per la quale lavoro, mi informa riguardo l'interesse di testare il funzionamento del motore della Moto Guzzi Stelvio sottoposto a differenti condizioni di utilizzo: in quota, a livello del mare, con temperature elevate e con temperature prossime allo zero. Nella mia testa risuona immediatamente un campanello d'allarme che illumina, come una luce immaginaria, la traccia della Pan American Highway sulla cartina del mondo. Avanzo la mia proposta: «Ho intenzione di affrontare

From Alaska to Patagonia on the Moto Guzzi Stelvio NTX

Riding down the two American continents on a motorbike is a powerful emotion in itself. Doing so on a Moto Guzzi Stelvio is a dream come true.

I work for an Austrian multinational, AVL, which produces test instrumentation and systems for combustion engines. Over the past few years, the company has also built a growing reputation for on-board testing systems, performed on the vehicle directly on the road. The Piaggio Group, a long-standing customer of AVL, told me it was interested in testing the engine of the Moto Guzzi Stelvio under a variety of conditions: at altitude, at sea level, in high temperatures, in near zero temperatures. Bells immediately began ringing in my head and in my mind's eye I pictured a map of the world showing the route of the Pan-American Highway.

I made my bid: "I'm planning a trip, from the Arctic Circle in Alaska, down to Patagonia in the

ON THE ROAD



Gianni Reinaldo con la moglie: insieme, in sella a Moto Guzzi Stelvio NTX, hanno attraversato 13 nazioni, dal Circolo Polare Artico all'Argentina.
Gianni Reinaldo and his wife: together, on a Moto Guzzi Stelvio NTX, they crossed 13 nations, from the Arctic Circle to Argentina.



un viaggio, con partenza dal Circolo Polare Artico in Alaska, sino alle terre più australi in Patagonia, nel sud dell'Argentina». Questo viaggio lo farai con una Moto Guzzi Stelvio, mi risponde senza esitazioni il responsabile della sperimentazione motori di Piaggio a Pontedera.

Quel giorno di Febbraio 2010 coincide con il momento in cui il sogno iniziò la metamorfosi verso la realtà! Iniziamo una lunga serie di attività preparatorie sia di ordine burocratico, per evitare intoppi alle frontiere, sia di allestimento del mezzo. A tal fine portai la Stelvio NTX a Graz, in Austria dove la mia azienda ha sede per installare due differenti strumenti: l'Indicating, per analizzare il segnale proveniente dalle candele strumentate, installate al posto delle originali, e un misuratore di consumo carburante on-line. Le candele strumentate, in particolare, rivelano la pressione prodotta dalla combustione all'interno della camera di scoppio: l'andamento di questa pressione, come essa si propaga, il suo valore massimo e la posizione del pistone rispetto al punto morto superiore sono indicazioni importantissime per gli ingegneri sperimentatori.

Tutto è pronto per la partenza. Il calendario segnava ormai il 1° Agosto. Il GPS installato sulla moto rileva 66° 33': siamo al Circolo Polare Artico in Alaska. Davanti a noi abbiamo 13 nazioni, e sulla cartina posta

sul serbatoio della Stelvio pare una distanza impossibile. Una volta usciti dall'Alaska dovremo attraversare Canada, USA, Messico, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panama, Ecuador, Perù, Cile ed Argentina. A bordo della Stelvio ci siamo io e mia moglie, attorno a noi nessuno. Non abbiamo – e mai lo vorremo – un veicolo di appoggio o un qualsivoglia supporto. Questo è il bello dell'avventura! Attraversiamo agevolmente il nord America approfittando delle quasi 24 ore di luce e delle strade veloci, e ci catapultiamo in quella che da sempre consideriamo la parte più ostica del viaggio, il Centro America. La pericolosità di questi luoghi rallenta ma non interrompe la nostra marcia. Le strade si fanno difficili e riducono le medie giornaliere di percorrenza. La costante presenza di persone armate ci costringe a trovar "rifugio" prima che la notte abbia il sopravvento sul giorno.

Oltrepassiamo finalmente l'Equatore e ci dirigiamo verso il Sud America, dove i grandi spazi, i deserti e l'oceano Pacifico regaleranno emozioni da togliere il fiato. La strada costiera del Perù, seppur disseminata di insidie, ruba gli sguardi. Il deserto Cileno, il luogo più arido della terra, è un insieme di emozioni che proviamo nella più completa solitudine. Siamo davvero soli, ma la costante sicurezza che la Stelvio sa donare infonde in noi un gran senso di ottimismo.

southernmost tip of Argentina". You'll be making it on a Moto Guzzi Stelvio, was the unhesitating reply from the head of Piaggio's engine testing unit in Pontedera.

That day in February 2010 marked the moment when my dream began to turn into reality! We embarked on a long series of preparations: paperwork to avoid problems at national borders, and work on the bike itself. For this, I took the Stelvio NTX to my company's facility in Graz, Austria, to install two different instruments: an indicating system, to analyse the signal from the special spark plugs that replaced the original plugs, and an online fuel consumption gauge. Specifically, the spark plugs measure the pressure produced inside the combustion chamber: the engine's pressure performance, how pressure develops, its peak, and the position of the piston with respect to the upper dead point provide test engineers with invaluable information.

It's now 1st August and everything is ready for departure. The bike's GPS reads 66° 33': we're at the Arctic Circle in Alaska. Ahead of us lie 13 countries, and on the map on the Stelvio fuel tank the distance looks impossible. Once we leave Alaska, we'll be crossing Canada, the USA, Mexico, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua,

Costa Rica, Panama, Ecuador, Peru, Chile and Argentina. I'll be riding the bike with my wife, there's no one else with us. We don't have and nor would we want a back-up vehicle or any other type of support. That's the beauty of adventure! We travel easily down through North America taking advantage of almost 24 hours of daylight and the fast roads, and pitch ourselves into what we have always considered the trickiest part of the journey, Central America. The hazardous nature of these lands slows but does not stop our progress. The roads are bad and bring down our average daily mileage. The constant presence of people carrying weapons means we have to find "shelter" before darkness falls.

At last we cross the equator and head on down through South America, where the scenery provided by the vast spaces, deserts and Pacific Ocean takes our breath away. Even the insidious perils of Peru's coastal highway can't take our eyes off the views. The Chilean desert, the most arid place on earth, packs an emotional punch that we experience in utter solitude. We are truly alone, but the constant sense of security bestowed by the Stelvio keeps our spirits high.

We finally reach Patagonia at the beginning of September: we're in the southern hemisphere and



Arriviamo infine in Patagonia ad inizio Settembre: siamo nell'emisfero Sud e l'inverno regna ancora sovrano. Le temperature sono sotto lo zero, il vento soffia a velocità superiori ai 100 km/h, ma la nostra mitica Stelvio ce l'ha fatta!
Ha superato indenne gli sterrati dell'Alaska, le lunghe scorribande dei rettilinei infiniti degli USA, i guadi, i dossi, i crateri e il fango del centro America,

le temperature infernali del Messico, le strade a più di 3.400 metri sul livello del mare dell'Ecuador, la sabbia dei deserti del Perù e del Cile, la neve dei passi Andini e infine il ghiaccio e il vento della Patagonia. Mai un problema! Dopo 24.000 chilometri percorsi in condizioni difficili, con un peso complessivo superiore ai 550 kg, la Guzzi Stelvio è arrivata in fondo al continente Americano.

the region is still in the grip of winter. Sub-zero temperatures, wind speeds of more than 60 miles per hour, but our legendary Stelvio has taken it all in its stride!

Unscathed, it has triumphed over the dirt roads of Alaska, the endless forays down the interminable US highways, the fords, humps, craters and mud of

altitudes of more than 11,000 feet in Ecuador, the desert sands of Peru and Chile, the snow of the Andean mountain passes and, last of all, the ice and wind of Patagonia.

Not a single problem! After nearly 15,000 miles in the toughest conditions, with a total weight of more than 1200 lbs, the Guzzi Stelvio has reached Latin America's southernmost tip.

Il viaggio nei numeri

Partenza	1° Agosto 2010-Alaska
Arrivo	9 Settembre 2010-Argentina
Distanza totale	24.000 km
Giorni totali	39
Giorni in moto	34 (5 sono stati spesi fra Panama e Quito per la spedizione delle moto)
Strada più alta	3.480 m (Ecuador)
Temperatura più alta	48 °C (Messico)
Temperatura più bassa	-4 °C (Patagonia)
Media giornaliera in moto	706 km
Autonomia	400 Km (con serbatoio aggiuntivo Stucchi)
Peso totale alla partenza	554 kg
Set di ruote sostituite e tagliandi	2 - 1° cambio a Tucson (USA), 2° cambio a La Serena (Cile)
Kg Olio Consumato (rabboccati)	0 Kg (ZERO!)
Litri di benzina consumati	1.583
Numero di Multe	2
Multa più cara	80 \$

The journey's main data

Departure	1st August 2010-Alaska
Arrival	9 September 2010-Argentina
Total distance	15,000 miles
Total days	39
Days on the bike	34 (5 were spent in Panama and Quito while the bike was shipped)
Highest road	11,417 feet (Ecuador)
Highest temperature	48 °C (Mexico)
Lowest temperature	-4 °C (Patagonia)
Average daily mileage	438 miles
Range	248.5 miles (with additional Stucchi tank)
Total weight on departure	1,221 lbs
Wheel set changes and services	2 - 1st change in Tucson (USA), 2nd change in La Serena (Chile)
Oil top-ups	0 lbs (ZERO!)
Gallons of petrol	348
Number of fines	2
Largest fine	80 dollars

La posta di

Max

Scrivi a Max/ Write to Max: max.wide@piaggio.com



■ **Alberto Nanni, Roma**

Sabato 6 novembre ero al salone di Milano, tra le migliaia di tifosi che mi hanno accolto allo stand Aprilia. Purtroppo non sono riuscito ad avvicinarvi abbastanza, avrei voluto farvi i complimenti di persona. Te li faccio ora via e-mail e voglio dirti che il prossimo anno ci riproverò!

«Ragazzi, evarate davvero tantissimi! Credo di aver salutato centinaia di persone ma, evidentemente, era proprio impossibile incontrare tutti come avrei voluto! È stata veramente una grande giornata. Il vostro affetto e il vostro tifo sono la carica migliore che un pilota possa ricevere. Grazie di essere stato lì con noi e spero di incontrarvi il prossimo anno!».

■ **Massimo Mano, Udine**

Nel Campionato 2011 tu e l'Aprilia Alitalia Racing Team partirete favoriti, sarete la squadra da battere. Pensi che aumenteranno le difficoltà durante il campionato?

■ **Roberta Pellegrini, Lucca**

Partire con i favori della vigilia nel Campionato SBK 2011 sarà sicuramente motivo di maggiore pressione per te e il tuo team. Questo vi caricherà ancora di più?

«Penso che siano vere entrambe le considerazioni: è chiaro che per tutti i nostri avversari siamo noi il bersaglio da abbattere. Come sempre capita quando si vince saremo osservati in ogni nostra azione, in ogni scelta. Insomma ci marcheranno "a tonno" e questo renderà la competizione ancora più dura. Ma è anche vero che essere i più forti regala motivazioni e carica agonistica. Tutto il team dovrà essere cosciente della nostra forza, perché ogni traguardo è possibile. Il mio augurio è quello di ricevere dalla mia squadra un mezzo competitivo per difendere il titolo».

■ **John Murdoch, Brighton, UK**

Cambiano le categorie ma la storia potrebbe ripetersi: con Aprilia nella 250 hai vinto 3 mondiali consecutivi, dal 1994 al 1996. Nel 2010 hai vinto il primo titolo in Superbike ed ora hai davanti due anni con Aprilia: pensi sia possibile una nuova tripletta?

«Per la verità, dopo i tre titoli consecutivi con Aprilia feci poker conquistando anche il quarto mondiale consecutivo. Questa volta, invece, potrei accontentarmi di un tris. Naturalmente sto scherzando... perché nello sport è difficile vincere ma è molto più complicato confermarsi al vertice! Detto questo, io scendo sempre in pista per vincere e sono pronto, insieme al mio team, a cominciare una nuova scalata. Quello che abbiamo fatto nella stagione 2010 resterà nella storia, ma ora dobbiamo essere bravi a ripartire da zero con la stessa "fame" di vittoria. La storia potrebbe continuare... e pensare al sesto titolo di campione del mondo è uno stimolo incredibile».

■ **Alberto Nanni, Roma**

I was one of the thousands of fans waiting for you at the Aprilia stand at the Milan motor show on Saturday 6 November. Unfortunately I couldn't get close enough to congratulate you in person. So I'm sending you congratulations now via e-mail; I'll be trying again next year!

«There were so many of you guys! I must have said hello to hundreds of people, but of course it was impossible to meet everyone as I wanted to do! It was a really great day. Your affection and support are the best boost a rider can have. Thanks for coming to see us and I hope to meet you next year!»

■ **Massimo Mano, Udine**

In the 2011 Championship you and the Aprilia Alitalia Racing Team will be the favourites, you'll be the team to beat. Do you think this increases the difficulties you'll be facing during the championship?

■ **Roberta Pellegrini, Lucca**

Going into the 2011 SBK Championship as the favourite will obviously put you and the team under added pressure. Is this an even greater incentive for you?

«I think both things are true: clearly, we're the ones all our opponents will be aiming to beat. When you win, everyone is watching everything you do, every decision you make. In a word, they'll be marking us very closely and this will make the competition tougher. But at the same time, knowing you're the strongest boosts your motivation and competitive spirit. The entire team will have to be aware of our strength, because anything is possible. Hopefully, my team will provide me with a competitive bike to defend the title.»

■ **John Murdoch, Brighton, UK**

The categories have changed but history could repeat itself: with Aprilia you won three consecutive world championships, from 1994 to 1996. In 2010 you won your first Superbike title, and now you have another two years with Aprilia: do you think another hat-trick is possible?

«For the record, after the three consecutive titles with Aprilia I scored a quad with a fourth consecutive world title. This time, I'd be happy with a trip. I'm joking, of course... in sport winning is difficult, but staying at the top is much trickier! Having said that, I always set out to win and I'm ready to start out on a new challenge with my team. Our achievements in 2010 will go down in history, but now we have to go back to the beginning again, with the same hunger for victory. The story could continue... and the idea of a sixth world title is a tremendous stimulus.»

YOU'LL LOVE IT UNCONDITIONALLY, ESPECIALLY WHEN CONDITIONS ARE BAD.



Piaggio MP3 has more and can give you more. The agility of a scooter, but with superior road holding, makes riding more enjoyable on all road conditions. The anterior quadrilateral suspensions give a more fluid ride. The triple braking system guarantees better safety. It's out of this world. Ride it: you will feel the difference. www.piaggio.com



PIAGGIO[®]



Beverly



*You won't need
to bring the flowers.*

Show up with your new Beverly. Today even more elegant and refined, provided with a completely new design and technology. Perfect in every detail, it comes with an undersaddled compartment that contains two jet helmets with visors. Front and rear led lights and advanced instrumentation for a new high-tech look. Being a high wheel scooter guarantees an extraordinary comfort and maximum safety. Available in 125cc and 300cc. Is there any better presentation?

New Beverly. Seduction at first sight.



PIAGGIO[®]

piaggio.com