



## COMUNICATO STAMPA

### **GRUPPO PIAGGIO: APPROVATO IL NUOVO PIANO 2007-2009**

- **CAGR ('06-'09) FATTURATO CONSOLIDATO VICINA AL 7%**
  - **EBITDA 2009 INTORNO AL 14% DEL FATTURATO**
  - **RAPPORTO EBITDA/DEBITO NETTO  
PROSSIMO A 1 NEL 2009**
- **INVESTIMENTI NEL TRIENNIO PER OLTRE € 320 MLN**

**Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato la proposta di un piano di stock option riservato al top management del Gruppo Piaggio e la proposta di autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie finalizzata all'attuazione del Piano medesimo, proposte che saranno sottoposte alla prossima assemblea ordinaria degli azionisti**

*Pontedera, 11 aprile 2007* – Il presidente e amministratore delegato del Gruppo Piaggio Roberto Colaninno ha presentato oggi al Consiglio di Amministrazione il piano 2007-2009.

Il nuovo piano del Gruppo prevede che Piaggio si confermi e sviluppi internazionalmente come il leader mondiale del "made in Italy" nella mobilità leggera, in termini di innovazione, design e creatività. Per raggiungere questo obiettivo il gruppo Piaggio punterà a:

- diventare un produttore globale di altissima qualità, focalizzando l'attenzione ai bisogni dei clienti attraverso soluzioni ottimali sia in termini di servizio sia in termini di singole caratteristiche dei prodotti (urbani ed extra-urbani)
- rafforzare la posizione di produttore attento a tematiche sociali, ambientali e di sicurezza
- rappresentare, nella competizione mondiale, un punto di riferimento su innovazione e sviluppo generati da un sistema organizzativo aperto alla creatività e al talento

In particolare il Gruppo Piaggio punterà nel prossimo triennio a:

- consolidare la leadership in Europa nei business scooter e veicoli per trasporto leggero
- crescere internazionalmente nel business moto
- innovare ulteriormente sia la propria linea di prodotti sia quella dei motori
- penetrare ulteriormente i mercati indiano e nord americano
- sviluppare la joint venture cinese
- realizzare il nuovo stabilimento motori diesel in India
- studiare l'ingresso in nuovi mercati internazionali

Nel triennio 2007-2009 è prevista una crescita composta medio-annua (CAGR '06-'09) del fatturato consolidato del Gruppo (non comprendente la joint venture cinese Piaggio Zongshen partecipata al 45%) vicina al 7%, con un Ebitda intorno al 14% del fatturato nel 2009. L'obiettivo è quello di raggiungere, alla fine del periodo di piano, un rapporto Ebitda/indebitamento finanziario netto prossimo a 1, dopo aver sostenuto investimenti nel triennio per oltre € 320 milioni.

### **Settore scooter**

Nel settore scooter il Gruppo Piaggio si propone di consolidare la propria leadership nel mercato europeo grazie al continuo aggiornamento delle gamme, anche con prodotti caratterizzati da soluzioni altamente innovativi (es. scooter a tre ruote, motorizzazioni ibride). Si punterà inoltre ad un rafforzamento delle singole identità dei marchi del Gruppo (Piaggio, Vespa, Gilera, Aprilia, Scarabeo, Derbi), in modo da segmentare la clientela attraverso le diverse richieste del mercato.

Il piano prevede inoltre un miglioramento del servizio post vendita offerto alla clientela, uno sviluppo del network distributivo con l'introduzione anche di ulteriori canali di vendita. Il piano prevede infine una crescita dei volumi di vendita nel mercato nord americano e l'ampliamento della produzione in Cina che permetteranno al Gruppo di soddisfare la crescente domanda di prodotti.

### **Settore moto**

Nel settore delle moto lo sforzo principale sarà volto ad una crescita generalizzata nel mercato europeo, attraverso un riposizionamento diretto alla valorizzazione dei marchi del Gruppo e ad un ampliamento dei prodotti offerti. Derbi sarà quindi focalizzata nel segmento delle piccole e medie cilindrate, Aprilia nelle medie e alte cilindrate con prodotti altamente tecnologici e dalle alte performance mentre Moto Guzzi amplierà la propria gamma prodotti caratterizzati da un design unico e dai valori dello storico marchio.

Sarà ampliato il settore delle moto off-road così come è previsto l'ingresso nel mondiale Superbike, grazie alla vincente tradizione tecnologica e sportiva del marchio Aprilia. Particolare attenzione sarà volta all'evoluzione di nuove soluzioni motoristiche di media e grossa cilindrata, sviluppate e prodotte internamente, a supporto delle nuove gamme moto, avvalendosi delle competenze progettuali e industriali del centro motori di Pontedera. Proseguiranno le sinergie infragruppo tra i diversi marchi così come saranno ampliati i portafogli degli accessori disponibili e migliorata la qualità del servizio ai clienti finali. E' prevista infine una crescita dell'intero settore moto nel mercato nord americano.

### **Settore veicoli da trasporto leggero (VTL)**

Nel settore VTL lo sviluppo del piano industriale per il prossimo triennio si divide tra mercato europeo e mercato indiano.

Nel mercato europeo si punterà a presidiare la nicchia del trasporto leggero, in cui Piaggio offre una gamma di prodotti unica, anche attraverso l'aggiornamento dei prodotti. Il sistema distributivo in Italia e in Europa sarà ulteriormente ampliato, ottimizzando le performance dei sub dealer e valutando nuovi canali di distribuzione.

Le strategie di marketing saranno più mirate e si avvarranno dell'ampliamento dei servizi offerti focalizzati sulla soddisfazione e fidelizzazione dei clienti professionali.

In India verrà ampliata la gamma sia nel segmento cargo, dove si è attualmente leader di mercato, anche con l'introduzione del nuovo veicolo 4 ruote, sia nel segmento passeggeri, con l'evoluzione dell'attuale offerta. Attenzione sarà volta al servizio al cliente così come verrà ampliato il network distributivo. Verrà ampliato lo stabilimento di produzione dei veicoli, in modo da raggiungere nei prossimi anni una potenzialità di 200.000 unità, e sarà costruito il nuovo stabilimento motori Diesel che sarà operativo a partire dal 2010.

### **Espansione dei mercati geografici**

Sia nel settore due ruote sia nei VTL il Gruppo intende sviluppare la propria attività nei mercati strategici in cui è già presente e pianificare l'ingresso in nuovi mercati.

In particolare:

- Nel Nord America è previsto l'ampliamento della gamma sia della gamma moto e scooter offerta con i marchi Vespa, Moto Guzzi, Aprilia e Piaggio, sia della rete distributiva per offrire uno dei migliori e più completi servizi al cliente. Si punterà a incrementare la penetrazione rendendo attento il cliente sui vantaggi della mobilità leggera a due ruote (traffico, consumo di carburante, impatto ambientale).
- In Cina la joint venture svilupperà nuovi veicoli per cogliere opportunità di crescita sul mercato interno, continuerà a produrre veicoli destinati al mercato europeo e proseguiranno le politiche di approvvigionamento di componenti.
- Sarà infine attentamente valutata l'opportunità di ingresso in nuovi mercati due ruote in Vietnam, Brasile e India. L'approccio strategico per la presenza nelle nuove aree si fonderà sulla presenza di mercati con tassi di crescita elevati nei prossimi anni e limitate esigenze di investimento richieste.

\*\*\*

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato la proposta di un piano di incentivazione e fidelizzazione riservato al top management di Piaggio & C. S.p.A. ("Piaggio" o anche la "Società") e delle società italiane ed estere dalla stessa controllate (il "Piano 2007-2009") che sarà sottoposta - previa revoca delle deliberazioni assunte dall'assemblea dell'8 marzo 2006 in relazione al piano di incentivazione in essere - alla prossima assemblea ordinaria degli azionisti convocata per il giorno 27 aprile 2007 in prima convocazione e per il giorno 7 maggio 2007 in seconda convocazione.

Al Piano di incentivazione non sono interessati il Presidente e Amministratore Delegato Roberto Colaninno nè alcun altro membro del Consiglio di Amministrazione. Il Piano 2007-2009 prevede l'assegnazione gratuita ai beneficiari di diritti di opzione validi per l'acquisto di azioni ordinarie Piaggio già emesse e in portafoglio della Società. La provvista necessaria alla realizzazione del Piano 2007-2009 sarà creata attraverso operazioni su azioni proprie per le quali il Consiglio di

Amministrazione sottoporrà alla predetta assemblea una proposta di autorizzazione ai sensi degli artt. 2357 e 2357-ter c.c., e dell'art. 132 D.Lgs. 58/1998.

In particolare, il Piano 2007-2009 è rivolto ai dirigenti della Società o di società controllate e agli amministratori con deleghe delle società controllate, che saranno individuati di volta in volta dall'Amministratore Delegato della Società, su delega del Consiglio di Amministrazione, in funzione del ruolo e delle responsabilità di ciascuno di essi nell'ambito della struttura organizzativa del Gruppo Piaggio. Sono oggetto del Piano 2007-2009 complessive n. 10.000.000 opzioni, valide per l'acquisto di n. 10.000.000 azioni ordinarie Piaggio, pari al 2,52% del capitale sociale, ad un prezzo che sarà fissato in misura pari al "valore normale" delle azioni come determinato ai sensi della normativa fiscale. Le opzioni assegnate ai beneficiari del Piano 2007-2009 potranno essere esercitate, anche in più tranches, a decorrere dal primo giorno lavorativo successivo alla scadenza del terzo anno successivo dalla data di assegnazione ed entro la scadenza del quinto anno successivo alla data di assegnazione.

Contestualmente alla proposta di approvazione del Piano 2007-2009, sarà sottoposta alla prossima assemblea ordinaria degli azionisti la proposta di autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie finalizzata a consentire l'attuazione del Piano medesimo. L'autorizzazione è richiesta per l'acquisto, in una o più volte e in qualsiasi momento, per il periodo massimo consentito dalla normativa applicabile e a far data dalla delibera assembleare, di azioni ordinarie della Società, fino ad un ammontare massimo di n. 10.000.000 azioni pari al 2,52% del capitale sociale, ad un corrispettivo compreso tra un minimo e un massimo corrispondenti alla media aritmetica dei prezzi ufficiali registrati dalle azioni ordinarie Piaggio nei dieci giorni di borsa antecedenti ogni singola operazione di acquisto, rispettivamente diminuita o aumentata del 10%. Gli acquisti verranno effettuati esclusivamente sui mercati regolamentati, secondo modalità operative stabilite nei regolamenti di organizzazione e gestione dei mercati stessi, ai sensi dell'art. 144-bis, comma 1, lett. b) del Regolamento Consob 11971/1999 ed in modo tale da consentire il rispetto della parità di trattamento degli azionisti come previsto dall'art. 132 del D.Lgs. 58/1998.

Gli atti di disposizione delle azioni proprie come sopra acquistate avverranno mediante assegnazione ai beneficiari che esercitino le opzioni agli stessi attribuite nei termini e alle condizioni previste dal Piano 2007-2009.

Per ulteriori informazioni:  
**Ufficio Stampa IMMSI**  
Via Vivaio, 6 - 20122 Milano  
Massimiliano Levi  
Tel. +39 02 76212621  
Fax +39 02 76212629  
massimiliano.levi@immsi.it  
[www.immsi.it](http://www.immsi.it)

**Ufficio Stampa Gruppo Piaggio**  
Via Vivaio, 6 - 20122 Milano  
Roberto M. Zerbi  
Tel. +39 02 76212643-44-45-46  
Fax +39 02 76212629  
[press@piaggio.com](mailto:press@piaggio.com)  
[www.piaggio.com](http://www.piaggio.com)