

## **COMUNICATO STAMPA**

### **GRUPPO PIAGGIO: VESPA DEBUTTA UFFICIALMENTE SUL MERCATO INDIANO.**

**Due giorni dopo il lancio stampa tenutosi a Bombay, inaugurato ufficialmente a Baramati (Stato del Maharashtra) il nuovo stabilimento del Gruppo Piaggio per la produzione della Vespa destinata al mercato indiano.**

**Roberto Colaninno: “momento di grandissima importanza per il nostro Gruppo e per il settore delle due ruote: oggi Vespa diventa a pieno titolo un veicolo globale”.**

**Spinta da un nuovo motore a basse emissioni da 60 km/litro, la Vespa sviluppata espressamente per il mercato del subcontinente indiano nasce dall'evoluzione della Vespa LX, best seller assoluto del mercato europeo delle due ruote e “due ruote” europeo più venduto negli USA. Inizia a essere commercializzata nelle 35 principali metropoli indiane con una rete distributiva già forte di 50 dealer Vespa esclusivi.**

**La capacità produttiva iniziale del nuovo stabilimento di Baramati è pari a 150.000 veicoli all'anno. Già previsto il raddoppio a 300.000 unità/anno entro il 2013.**

*Mumbai (India), 28 aprile 2012 - Vespa, lo scooter più famoso e diffuso al mondo, debutta ufficialmente sul mercato indiano e segna l'ingresso del Gruppo Piaggio in una nuova fase della propria strategia di globalizzazione.*

Due giorni dopo il lancio stampa tenutosi a Bombay, è stato inaugurato ufficialmente oggi a Baramati (Stato del Maharashtra) il nuovo stabilimento del Gruppo Piaggio per la produzione della Vespa destinata al mercato indiano.

La cerimonia di inaugurazione ha visto la presenza di Sharad Pawar, Ministro Indiano per l'agricoltura e la cooperazione, Praful Patel, Ministro Indiano per l'industria pesante e le imprese pubbliche, Ajit Pawar, Vice Primo Ministro dello Stato del Maharashtra, e dell'Ambasciatore d'Italia in India Giacomo Sanfelice di Monteforte. Il Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Piaggio, Roberto Colaninno, era alla guida di una delegazione dei vertici del Gruppo Piaggio di cui facevano parte tra gli altri Matteo Colaninno, Vice Presidente del Gruppo Piaggio, e Ravi Chopra Presidente e Direttore Generale della consociata indiana Piaggio Vehicles Private Ltd.

Roberto Colaninno ha dichiarato: “Quello di oggi è un momento di grandissima importanza per il Gruppo Piaggio e per l'intero settore delle due ruote. Con l'ingresso sul mercato indiano, Vespa diventa a tutti gli effetti un veicolo globale e si rivolge a una nuova classe di consumatori indiani giovani, con un elevato tasso di scolarizzazione, caratterizzati da una straordinaria attenzione nei confronti di quanto accade in tutto il mondo e per questo particolarmente sensibili all'evoluzione degli stili di vita e di consumo a livello internazionale. Anche per questo, il lancio della Vespa in questo Paese dalle straordinarie potenzialità coincide con una fase del tutto nuova della strategia di globalizzazione del nostro Gruppo: quello della focalizzazione sul cliente finale di ogni grande mercato in cui il Gruppo Piaggio opera, dell'attenzione alle diverse esigenze e aspettative delle diverse aree geografiche, di un marketing di prodotto e di uno sviluppo tecnico che puntino – in ogni mercato – a realizzare prodotti allo stato dell'arte. E' solo grazie a questo orientamento che potremo conseguire il massimo successo con i nostri brand più prestigiosi e conosciuti, e riusciremo a sviluppare nuove gamme prodotti del tutto innovative”.

Lo stabilimento per la produzione della Vespa inaugurato oggi è il terzo impianto industriale che il Gruppo Piaggio ha realizzato a Baramati, città facente parte del distretto di Pune nello Stato del Maharashtra. In tale area si è sviluppato il complesso industriale di Piaggio Vehicles Private Ltd., controllata al 100% dal Gruppo Piaggio, che già oggi in India produce veicoli da trasporto merci e persone a tre ruote (è leader di mercato in India, con oltre 220.000 unità vendute all'anno) e, in uno stabilimento adiacente, motori per scooter destinati alla Vespa e propulsori Diesel e turbodiesel per le gamme di veicoli commerciali che Piaggio produce sia in India, sia in Italia a Pontedera. Con l'inaugurazione degli impianti produttivi per la Vespa, il complesso industriale del Gruppo Piaggio a Baramati occupa attualmente circa 3.000 lavoratori.

Il nuovo stabilimento Vespa si sviluppa su un'area di oltre 150mila metri quadrati, 32mila dei quali coperti, e gestisce tutte le fasi di lavorazione della Vespa, dalla saldatura delle scocche, alla verniciatura, all'assemblaggio finale. La capacità produttiva iniziale del plant, interamente costruito in soli 14 mesi, è pari a 150.000 scooter all'anno e sarà portata a 300.000 nel corso del 2013 nell'ambito del programma industriale e commerciale definito dal Gruppo Piaggio.

Il mercato delle due ruote del subcontinente indiano è il secondo più grande del mondo per volumi, con circa 13 milioni di unità vendute nel 2011. In tale ambito, il segmento scooter – oltre due milioni e mezzo di veicoli venduti lo scorso anno – è il più dinamico ed è caratterizzato da altissimi tassi di crescita, superiori al 20% annuo.

La Vespa sviluppata espressamente per il mercato del subcontinente indiano nasce dall'evoluzione della Vespa LX, che nel 2011 si è imposta come best seller assoluto del mercato europeo delle due ruote e "due ruote" europeo più venduto negli USA. Rispetto alla versione prodotta in Italia e commercializzata in Europa e USA, e al modello prodotto da Piaggio Vietnam, la Vespa per l'India presenta adattamenti specifici dal punto di vista ergonomico, è caratterizzata da una più facile accessibilità a motore e pneumatici, ma è soprattutto dotata di un nuovissimo motore 125cc 4 tempi a 3 valvole. Si tratta di un propulsore completamente nuovo che il Gruppo Piaggio ha sviluppato espressamente per il debutto sul mercato indiano delle due ruote: una unità modernissima, particolarmente silenziosa ed "eco friendly" – con forte riduzione delle emissioni sia gassose sia sonore – e che presenta livelli di consumo eccezionalmente bassi, in assoluto tra i migliori al mondo, offrendo percorrenze superiori a 60 km con un litro di benzina.

La Vespa inizia in questi giorni a essere commercializzata al prezzo di 66.600 rupie indiane (*pari a circa 1000 euro / 1.260 dollari USA al cambio attuale*) nelle 35 principali metropoli indiane, con una rete distributiva già forte di 50 dealer esclusivi e realizzati in base a un sistema di immagine coordinata interamente dedicato al brand Vespa.

L'ingresso del Gruppo Piaggio nel business delle due ruote in India apre un segmento di prodotto "premium" completamente nuovo, rivolto a clienti che desiderano veicoli a due ruote caratterizzati da stile e personalità unici e da un elevato livello tecnologico. Il posizionamento che il Gruppo Piaggio ha sviluppato per il brand Vespa a livello globale è alla base della straordinaria progressione delle vendite di Vespa, che nel 2011 hanno superato le 150.000 unità. A titolo di raffronto, gli scooter Vespa venduti nel mondo nel 2003 erano circa 50.000.

L'ingresso sul mercato indiano delle due ruote costituisce una fase fondamentale delle strategie del Gruppo Piaggio, che puntano su un decisivo sviluppo della presenza sui mercati emergenti. Il Gruppo prevede di giungere nel 2014 a vendite globali per oltre un milione di unità, conseguendo un importante incremento anche in termini di ricavi, con l'obiettivo di raggiungere un fatturato netto consolidato di circa 2 miliardi di euro nell'esercizio 2014. In termini di revenues breakdown, nel 2014 il Gruppo Piaggio prevede di realizzare in Asia il 50% del proprio fatturato, rispetto all'8% del 2003 e al 25% del 2009.

Il Gruppo Piaggio nel 2011 ha complessivamente venduto nel mondo 653.300 veicoli (in crescita del 4,0% rispetto a 628.400 unità vendute nel 2010), di cui 415.000 nel business due ruote (scooter e moto) e 238.300 nel business dei veicoli commerciali a tre e quattro ruote.

Nel 2011, il Gruppo ha registrato un fatturato consolidato di 1.516,5 milioni di euro (+2,1% rispetto all'esercizio 2010), Ebitda di 200,6 milioni di euro (+1,7% rispetto al 2010), utile netto di 47 milioni di euro (+9,8% rispetto al 2010). L'indebitamento finanziario netto al 31.12.2011 è in diminuzione a € 335,9 milioni di euro (rispetto a 349,9 milioni al 31 dicembre 2010). Nell'esercizio 2011, il Gruppo Piaggio ha incrementato in misura significativa i propri investimenti – concentrati in particolare sullo sviluppo delle attività industriali del Gruppo nei Paesi emergenti – per un totale di 126,1 milioni di euro, in crescita del 31,1% rispetto ai 96,2 milioni del 2010. Di tali investimenti, 38,3 milioni di euro hanno riguardato l'area Ricerca e Sviluppo, che ha inoltre registrato spese per 30,2 milioni. Di conseguenza, per quanto riguarda la Ricerca e Sviluppo, l'ammontare di spese e investimenti nel 2011 è cresciuto dell'8,9% rispetto al dato del 2010.

**Per ulteriori informazioni:**

Ufficio Stampa Gruppo Piaggio  
Via Broletto, 13 - 20121 Milano  
+39 02 02.319612.15/16/17/18  
press@piaggio.com  
www.piaggiogroup.com