



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO PIAGGIO: PIANO STRATEGICO 2011-2014

**Il Piano sarà presentato alle 10:30 di oggi a Milano
nel corso del Piaggio Group Analyst and Investor Meeting
(Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61)**

* * *

Ulteriore sviluppo sulla base del successo delle linee guida del Piano 2010-2013

Ampliamento della presenza globale del Gruppo Piaggio

Nuove attività industriali e commerciali in Asia

Ingresso nel mercato indiano dello scooter

**Ampliamento delle gamme veicoli e delle motorizzazioni per i mercati dell'area Asia Pacific,
con incremento della capacità produttiva di Piaggio Vietnam**

**Ulteriore consolidamento della leadership europea nello scooter dopo l'eccellente performance 2011,
e crescita nei segmenti moto con focus sul brand Moto Guzzi**

**Introduzione sul mercato di motorizzazioni innovative
a basso/nullo impatto ambientale e ridotti consumi**

* * *

Fatturato consolidato a circa 2.000 milioni di euro nel 2014

**Ebitda a circa 300 milioni di euro nel 2014
con Ebitda margin al 15%**

**Posizione finanziaria netta a circa 340 milioni di euro nel 2014
con miglioramento del net debt/Ebitda ratio da 1,7 a 1,1**

Milano, 14 dicembre 2011 – Il Presidente e Amministratore Delegato di Piaggio & C. S.p.A. Roberto Colaninno ha presentato ieri sera al Consiglio di Amministrazione il Piano Strategico 2011-2014 del Gruppo Piaggio.

Il Piano sarà illustrato oggi, mercoledì 14 dicembre 2011, nel corso del Piaggio Group Analyst and Investor Meeting che si terrà a Milano al Palazzo delle Stelline (corso Magenta, 61) con inizio alle 10:30.

Il Piano 2011-2014 costituisce un'ulteriore evoluzione delle linee strategiche illustrate ai mercati finanziari nel 2010, che consentono al Gruppo Piaggio di presentarsi oggi – nonostante il difficile contesto internazionale, che ha portato a inevitabili ripercussioni sulla domanda nei diversi mercati e business di riferimento – con tutti i principali indicatori economico-finanziari in crescita.

Il Piano presentato oggi prevede una forte crescita della produttività, al fine di generare valore per i clienti, i dipendenti e gli azionisti, facendo leva sulla accresciuta presenza internazionale, per incrementare la competitività del costo del prodotto in processi chiave quali gli acquisti, il manufacturing, la progettazione.

Dal punto di vista dei business e delle differenti aree geografiche, il Piano prevede una strategia di sviluppo coerente con lo scenario economico mondiale, e punta a una crescita decisiva nei mercati emergenti ad alto tasso di sviluppo, accompagnata dal mantenimento e dal consolidamento delle posizioni di leadership sui mercati maturi.



In particolare:

- per quanto riguarda l'Asia Pacific, è previsto l'ampliamento delle gamme veicoli e motori al fine di entrare in nuovi segmenti di mercato con posizionamento premium, nonché il completamento dell'ingresso sul mercato indonesiano e l'ingresso in nuovi mercati Asiatici, grazie anche all'incremento della capacità produttiva di Piaggio Vietnam (300.000 unità/anno rispetto alle attuali 140.000 unità/anno);
- l'ingresso nel mercato indiano dello scooter, che presenta elevati tassi di crescita annua, con il premium brand Vespa la cui produzione partirà – nel corso del primo trimestre 2012 – nel nuovo stabilimento di Baramati in fase di attrezzamento e che avrà una capacità produttiva superiore a 150.000 unità/anno;
- sui mercati maturi, un ulteriore incremento della quota di mercato europea nel settore scooter, che nel 2011 ha fatto registrare un'eccellente performance con il rafforzamento della leadership continentale del Gruppo, e la crescita delle vendite e dei margini nel settore della motocicletta grazie alla gamma Aprilia e al brand Moto Guzzi, che già a partire dal 2012 registrerà la presentazione dei primi nuovi modelli di moto.

Nei veicoli commerciali, il Piano 2011-2014 punta alla crescita di vendite e quote di mercato nei Paesi emergenti e al mantenimento delle attuali posizioni sul mercato Europeo, con in particolare:

- l'ingresso in nuovi segmenti del mercato indiano delle tre ruote con il nuovo Ape, e l'accrescimento delle quote nel mercato indiano dei veicoli commerciali a quattro ruote grazie all'introduzione di nuovi prodotti nei segmenti a più alto tasso di crescita;
- il supporto alle vendite sul mercato indiano attraverso il consumer financing;
- un ulteriore sviluppo dell'export mirato ai mercati africani, asiatici e dell'America latina.

Dal punto di vista tecnologico, il Piano 2011-2014 è fortemente orientato allo sviluppo – nel business delle due ruote e in quello dei veicoli commerciali – di nuove motorizzazioni termiche a basso impatto ambientale e ridotti consumi in cui il Gruppo già eccelle. Il Gruppo Piaggio a partire dal 2012 immetterà sul mercato – parallelamente al lancio di nuovi prodotti, in parte già svelati in occasione del Salone Eicma 2011 – nuove generazioni di propulsori fortemente innovativi e caratterizzati da drastici abbattimenti dei consumi di carburante e delle emissioni inquinanti. Proseguirà inoltre, anche grazie alla collaborazione con i Centri di ricerca e gli istituti universitari più avanzati nel settore a livello mondiale, lo sviluppo dell'offerta di veicoli dotati di motorizzazioni elettriche di nuova generazione e di propulsori ibridi, settore quest'ultimo in cui il Gruppo Piaggio è già oggi tra i costruttori mondiali più all'avanguardia.

Per quanto riguarda i principali indicatori economico-finanziari, nel periodo di Piano il Gruppo Piaggio prevede di realizzare una significativa crescita dei volumi di vendita, grazie allo sviluppo della presenza sui mercati emergenti, giungendo nel 2014 a vendite per circa 1.035.000 unità, e a un importante incremento anche in termini di ricavi – grazie anche al positivo effetto mix sui mercati occidentali – con l'obiettivo di raggiungere un fatturato netto consolidato di circa 2.000 milioni di euro nell'esercizio 2014.

Nell'esercizio 2014 è previsto il raggiungimento di un Ebitda pari a circa 300 milioni di euro, con Ebitda margin al 15%. La gestione del cash flow sarà orientata a mantenere su un piano di sostanziale stabilità il livello di indebitamento, nonché a remunerare il capitale investito e a garantire il livello rilevante di capex e di investimenti in R&D previsto dal Piano. La posizione finanziaria netta è prevista a circa 340 milioni di euro nel 2014 (rispetto a 350 milioni al 31.12.2011), con un rilevante miglioramento del net debt/Ebitda ratio destinato a passare da 1,7 a 1,1.