

COMUNICATO STAMPA

PIAGGIO VIETNAM: VISITA DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO MATTEO RENZI

Dal giugno 2009 a oggi, prodotti oltre 410.000 veicoli nello stabilimento vietnamita del Gruppo.

Roberto Colaninno: "In anticipo rispetto a numerosi altri costruttori occidentali, il Gruppo Piaggio ha perseguito una strategia di espansione globale".

L'impegno sociale con "Vespa for Children" al National Hospital for Pediatrics di Hanoi.

Hanoi, 10 giugno 2014 – Il **Presidente del Consiglio Matteo Renzi** ha visitato oggi la sede e il complesso industriale del **Gruppo Piaggio in Vietnam**, a **Vinh Phuc**, distretto produttivo situato a poca distanza dall'aeroporto internazionale di Hanoi.

Il Presidente del Consiglio **Matteo Renzi**, accompagnato dall'Ambasciatore d'Italia in Vietnam **Lorenzo Angeloni**, è stato accolto da **Roberto Colaninno**, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Piaggio, e **Matteo Colaninno**, Vice Presidente del Gruppo.

"Sono orgoglioso di ricevere la visita del Presidente del Consiglio italiano nel nostro polo produttivo vietnamita" ha affermato Roberto Colaninno. "Si tratta del più importante riconoscimento possibile per il lavoro di tutti i tecnici e i manager italiani che dal 2008 a oggi hanno realizzato il progetto Piaggio Vietnam, e per tutte le donne e gli uomini vietnamiti che lavorano con noi alla produzione e alla diffusione di un simbolo dell'Italia quale è la Vespa. Siamo partiti da prato verde, e in meno di cinque anni abbiamo già prodotto e venduto oltre quattrocentomila veicoli".

Sin dalle prime fasi successive all'acquisizione del controllo di Piaggio a fine 2003 da parte di Immsi, la strategia definita per il Gruppo Piaggio si è impostata sullo **sviluppo internazionale**. *"In anticipo rispetto a numerosi altri costruttori occidentali, il Gruppo Piaggio ha perseguito una strategia di espansione globale" ha ricordato Colaninno. "Non abbiamo attuato una strategia di delocalizzazione; al contrario, parallelamente al rafforzamento della nostra posizione di leader del mercato europeo con la produzione realizzata in Italia, abbiamo deciso di andare a produrre nei mercati asiatici che, in misura crescente, assorbono in termini di volumi la quasi totalità della produzione mondiale di veicoli motorizzati a due ruote".*

Con circa **850 dipendenti**, Piaggio Vietnam è per dimensioni il terzo polo produttivo del Gruppo Piaggio nel mondo, dopo quelli di **Pontedera**, in provincia di Pisa, e **Baramati** (nello Stato del Maharashtra, comprensorio produttivo della filiale indiana Piaggio Vehicles Private Ltd.). A fronte di 7.700 dipendenti complessivi nel mondo (dato a maggio 2014), il Gruppo Piaggio conta la maggioranza dei dipendenti – oltre 4.000 – in Europa, con **3.800 dipendenti in Italia**, di cui circa 3.000 nell'headquarter e negli stabilimenti di Pontedera. Il Gruppo Piaggio dispone inoltre di uno stabilimento in joint venture in Cina, a Foshan, nel Guangdong, controllato al 45% pariteticamente con il Gruppo cinese Zongshen.

L'avvio del **progetto Vietnam** è stato deciso nel 2007. I lavori di costruzione dello stabilimento sono iniziati nel gennaio 2008 e sono terminati nell'ottobre dello stesso anno. Nel giugno 2009 è stata lanciata la prima Vespa prodotta localmente. Piaggio Vietnam produce attualmente i modelli **Vespa Primavera** e **Vespa Sprint**, lanciati in tutto il mondo tra fine 2013 e inizio 2014, e lo scooter a ruote alte **Piaggio Liberty**, tra i best seller assoluti anche in Europa nel proprio segmento. Il comprensorio produttivo di Piaggio Vietnam copre attualmente un'area di **190.000 metri quadrati**, 53.000 dei quali coperti, più del doppio rispetto all'area inizialmente occupata, e include anche lo **Stabilimento Motori** inaugurato due anni fa.

Dall'inizio delle operazioni a oggi (fine maggio 2014), i **veicoli a due ruote prodotti da Piaggio Vietnam hanno superato le 410.000 unità** – di cui 220.000 sono scooter Vespa – e vengono commercializzati su tutti i principali mercati del Sud-Est Asiatico e dell'Asia Pacific: Vietnam, Indonesia, Giappone, Thailandia, Singapore, Taiwan, Malaysia, Corea del Sud, Filippine, Cambogia, Hong Kong, Repubblica Popolare Cinese, Australia, Nuova Zelanda.

Nel 2013, su circa 560.000 veicoli venduti complessivamente nel mondo dal Gruppo Piaggio, nell'**area Asia Pacific** (che non include l'India) sono stati complessivamente **commercializzati oltre 105.000 veicoli**, per un fatturato di oltre **193 milioni di euro**.

In Vietnam il Gruppo Piaggio ha dato vita lo scorso anno alla prima iniziativa di **Vespa for Children**, charity

internazionale che ha l'obiettivo di migliorare la qualità della vita di neonati e bambini. Vespa for Children ha finanziato un importante programma di collaborazione tra il **National Hospital for Pediatrics di Hanoi** e l'**Ospedale Pediatrico Bambino Gesù** di Roma, che ha permesso di sviluppare l'assistenza a favore di bambini affetti da patologie complesse e bisognosi di trapianti renali, altri interventi di alta chirurgia e dialisi.

A ricordo della visita del Presidente del Consiglio Matteo Renzi, l'**esemplare numero 400.000** della produzione di Piaggio Vietnam è stato donato oggi a "**Care the People**", ONG operante in Vietnam, a Danang, fondata dal medico milanese Enzo Falcone.

Le operazioni in Vietnam e in Asia Pacific

I **punti di vendita del Gruppo Piaggio in Vietnam** sono attualmente 87, e in tutta l'area Asia Pacific complessivamente 328. Nella **Repubblica Popolare Cinese**, il Gruppo Piaggio nel corso del 2014 intraprenderà – attraverso una propria società posseduta al 100%, a fianco della consolidata partecipazione nella joint venture di Foshan – la vendita diretta di scooter e motociclette con i marchi Vespa e Moto Guzzi. Sono già stati finalizzati i contratti di distribuzione per le prime due importanti dealership in Cina.

In **area Asia Pacific** il Gruppo Piaggio opera con proprie **filiali dirette**, oltre che in Vietnam, in Indonesia, Singapore e Giappone. La gamma attualmente prodotta da Piaggio Vietnam include – oltre alle nuovissime Vespa Primavera e Sprint, lanciate sul mercato in contemporanea con le versioni per i mercati occidentali prodotte a Pontedera, i veicoli Vespa LX e gli scooter Piaggio Liberty, Fly e Zip, nelle classi di cilindrata 100, 125 e 150cc, tutte equipaggiate con motori 4 tempi di ultima generazione, caratterizzati da forte **contenimento dei consumi di carburante e delle emissioni inquinanti**. La disponibilità di motorizzazioni allo stato dell'arte mondiale in termini di inquinamento, consumi e affidabilità è uno dei punti chiave della strategia premium che il Gruppo Piaggio persegue in tutta l'area, e che ha consentito di imporre **Vespa come prodotto "premium"** grazie ai forti contenuti di italianità e alla notorietà globale del marchio.

Alla produzione dei propulsori per i veicoli di Piaggio Vietnam è stata dedicata la seconda importantissima fase di espansione del comprensorio industriale Piaggio a Vinh Phuc, che negli anni 2010-2012 ha raggiunto l'estensione attuale di 190.000 metri quadrati. Avviato a metà 2012, il **nuovo Stabilimento Motori** è stato affiancato dal reparto di **lavorazioni meccaniche dell'alluminio**. La capacità e la flessibilità della produzione sono state ampliate ulteriormente anche per quanto riguarda i veicoli, con la realizzazione della terza linea di montaggio, mentre nel 2013 sono state ultimate la pista di prova veicoli e l'espansione delle strutture di Ricerca e Sviluppo e Sperimentazione.

La strategia di globalizzazione del Gruppo Piaggio

La presenza industriale di Piaggio in Vietnam costituisce uno degli elementi chiave delle **strategie internazionali del Gruppo**. Nell'arco degli ultimi dieci anni, il Gruppo Piaggio si è trasformato – da costruttore di scooter con un forte radicamento sul mercato italiano e presenza in Europa occidentale – nel **leader europeo delle due ruote**, con una consolidata quota del 18% circa del mercato complessivo e del 26% nello scooter; e in un player globale nel settore delle due ruote motorizzate e del trasporto leggero a tre e quattro ruote. Accanto allo storico headquarter e principale comprensorio industriale di **Pontedera**, il Gruppo a fine 2004 ha affiancato le sedi e gli stabilimenti di **Noale-Scorzè** (Venezia) e **Mandello del Lario** (Lecco), rispettivamente di Aprilia e Moto Guzzi, aziende motociclistiche acquisite a fine 2004.

Parallelamente, oltre a stabilire la propria presenza in Vietnam per operare su tutto il **mercato ASEAN**, il Gruppo Piaggio ha realizzato l'espansione delle proprie **operazioni industriali e commerciali in India**, con una società controllata al 100% che oggi produce **veicoli commerciali a 3 e 4 ruote, motori, e scooter**. In **Cina** – a Foshan, nel Guangdong – il Gruppo controlla pariteticamente al 45% con il Gruppo Zongshen una joint venture che produce e commercializza motociclette e scooter.

Sui mercati occidentali, a lungo in contrazione dal punto di vista dei volumi assoluti, ma tuttora di fondamentale importanza dal punto di vista del valore medio dei prodotti commercializzati, il Gruppo Piaggio oltre a consolidare la leadership del **mercato europeo** delle due ruote, ha stabilito una solida presenza nelle Americhe, sia con i prodotti e marchi premium (Vespa è oggi leader del **mercato scooter in USA**), sia entrando di recente nel business delle **motociclette "value for money"** di piccola cilindrata rivolte in particolare ai **mercati dell'America Latina**.

Negli **USA**, il Gruppo Piaggio dispone sia della propria filiale commerciale con sede a New York, sia del **Piaggio Group Advanced Design Center** con sede a Pasadena, in California, e che agisce come polo di ricerca avanzata in campo sia stilistico sia tecnologico, con particolare attenzione nei confronti delle nuove

esigenze di mobilità e delle tecnologie volte all'abbattimento di consumi di energia ed emissioni inquinanti.

La strategia di sviluppo internazionale del Gruppo Piaggio sin qui realizzata si è fondata non sulla delocalizzazione della produzione (la produzione di veicoli a 2, 3 e 4 ruote destinati alle Western Countries è realizzata dagli stabilimenti italiani del Gruppo) ma su obiettivi di rafforzamento della posizione commerciale nel mondo – anche se in presenza di un contesto competitivo particolarmente impegnativo – facendo leva e investendo sul costante potenziamento dei key assets del Gruppo: marchi distintivi e riconosciuti a livello internazionale; capillari reti commerciali nei mercati di riferimento; competenze di ricerca e sviluppo, focalizzate su innovazione, sicurezza e ambiente; sviluppo di un management team internazionale capace sia di sviluppare la visione globale del Gruppo, sia di interagire con le realtà locali; forte presenza internazionale, con presidi locali per tutti i processi core aziendali, dal marketing, alla ricerca e sviluppo, alla produzione, agli acquisti.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Gruppo Piaggio
Via Broletto, 13
20121 Milano
+39 02 319612.15/16/17/18
press@piaggio.com
www.piaggiogroup.com