

## Azionisti

*Le società del Gruppo si impegnano a garantire parità di trattamento a tutte le categorie di azionisti, evitando comportamenti preferenziali. I reciproci vantaggi derivanti dall'appartenenza a un gruppo di imprese vengono perseguiti nel rispetto delle normative applicabili e dell'interesse autonomo di ciascuna Società alla creazione di valore (art. 3 - Azionisti, Codice Etico).*

---

[www.pirelli.com](http://www.pirelli.com) > Investitori

---

Pirelli attribuisce grande importanza strategica alla **comunicazione finanziaria**, quale strumento fondamentale per costruire un rapporto di fiducia con il mercato finanziario.

---

[www.pirelli.com](http://www.pirelli.com) > Sostenibilità >  
Stakeholders > Azionisti

---

Il Gruppo, tramite il vertice aziendale e la funzione “Investor Relations”, mantiene un dialogo aperto e trasparente con analisti ed investitori - sia individuali che istituzionali -, al fine di favorire una corretta valutazione degli asset. Nel contempo Pirelli ritiene che il costante confronto e ascolto degli operatori finanziari rappresenti un fondamentale strumento di arricchimento aziendale circa l'evoluzione dei trend settoriali nei business di pertinenza nonché, più in generale, di quelli di contesto macro.

Accuratezza, tempestività, parità e trasparenza sono dunque le regole di fondo che Pirelli adotta nella comunicazione finanziaria. Gli strumenti utilizzati sono quelli tipici: dalle conference call per la presentazione dei risultati finanziari agli incontri one on one del vertice aziendale con analisti e investitori; dalla presentazione del piano industriale ai roadshows sulle principali piazze finanziarie; dal web al contatto quotidiano della funzione Investor Relations con analisti finanziari e investitori.

Nel febbraio 2009 Pirelli ha presentato il Piano industriale per il triennio 2009-2011. Obiettivo di fondo è la trasformazione del Gruppo mediante l'intensificazione delle azioni di ristrutturazione, riorganizzazione e razionalizzazione dei business mirate allo sviluppo di soluzioni che anticipino la domanda del mercato. Ciò in particolare nei business legati allo sviluppo di tecnologie e prodotti “verdi” compatibili con i nuovi standard ambientali.

Quattro le linee guida:

- focus su attività core, quindi sul tyre e lo sviluppo di filtri anti-particolato;
- spinta allo sviluppo di prodotti e soluzioni all'avanguardia nella “green economy” nei settori della mobilità sostenibile, edilizia ecocompatibile, energie rinnovabili. Il Gruppo ha fissato un target di ricavi totale che dal 20% del 2008 dovrà raddoppiare al 40% nel 2011;
- accelerazione della riorganizzazione di Pirelli Real Estate per consentire l'evoluzione di partnership strategiche nella gestione immobiliare in Italia e Germania;
- vendita di alcune quote finanziarie per migliorare la flessibilità finanziaria del Gruppo al fine di sostenere la crescita nel core business.

Nell'attuale fase di mercato - caratterizzata dall'elevata volatilità del corso dei titoli e dalle incertezze sull'evoluzione dello scenario macroeconomico - Pirelli intende intensificare il dialogo con la comunità finanziaria.

L'attività di Investor Relations nel corso del 2009 sarà quindi indirizzata a promuovere maggiori occasioni di incontro con analisti e investitori e a dare maggiore visibilità alla progressiva implementazione della nuova Equity Story del Gruppo.

Pirelli, in linea con l'obiettivo strategico di divenire un "green performer" nel settore industriale, da sempre dedica particolari impegno e attenzione all'interazione con le società di rating che si occupano di sostenibilità.

A gennaio 2009 e per il secondo anno consecutivo, Pirelli è stata dichiarata leader di sostenibilità a livello mondiale del Settore "Autoparts and Tyres", oltre che Gold Class company da parte di Sustainability Asset Management Group (SAM) all'interno del prestigioso *Sustainability Yearbook 2009* edito da SAM Group in collaborazione con Pricewaterhouse Coopers.

Nel corso dell'esercizio 2008 Pirelli è stata inoltre confermata nei più prestigiosi indici di finanza etica a livello mondiale, con punteggi in decisa crescita. Di ciò si è diffusamente trattato nel capitolo introduttivo del presente rapporto, cui si rinvia per approfondimenti.

Le informazioni relative alla composizione dell'azionariato della Società e al capitale sociale figurano nella *Relazione sul governo societario*, inclusa nel presente fascicolo di bilancio, alla quale si rinvia per dettagli e approfondimenti. Le informazioni citate sono altresì pubblicate nella sezione *Governance* del sito web della società, [www.pirelli.com](http://www.pirelli.com).

Si ricorda inoltre che la sezione *Investitori* del sito web [www.pirelli.com](http://www.pirelli.com), revisionata nella struttura a fine 2008, è strumento informativo completo per gli aspetti di interesse di azionisti e comunità finanziaria. Per ulteriori approfondimenti in materia si rinvia quindi alla medesima.

## Clienti

### TIPOLOGIA DEI CLIENTI DEL GRUPPO

Le tipologie di clienti si differenziano in modo significativo tra i vari business.

Nel **Settore Tyre** possiamo distinguere:

- il "Primo Equipaggiamento", costituito dai maggiori produttori mondiali di autovetture, veicoli a due ruote, veicoli commerciali (leggeri, medi e pesanti), autobus e mezzi agricoli;
- il "Ricambio", entro cui si identificano (per i pneumatici vettura, truck e moto) un totale di circa 15 canali distributivi dal peso variabile a seconda del Paese.

---

[www.sam-group.com/yearbook](http://www.sam-group.com/yearbook)

---



---

[www.pirelli.com](http://www.pirelli.com) > Sostenibilità > Stakeholders > Clienti

---