



COMUNICATO STAMPA

PIRELLI: PRESENTATO IL PIANO INDUSTRIALE 2011-2013 CON VISIONE AL 2015

PIRELLI SI FOCALIZZA SU PRODUZIONE SEGMENTO PREMIUM, CHE CRESCE PIU' DEL MERCATO, E SULLE AREE A RAPIDO SVILUPPO ECONOMICO

INVESTIMENTI NEL QUINQUENNIO PER 1,9 MILIARDI DI EURO;

FORTE SVILUPPO IN ASIA-PACIFIC, CONSOLIDAMENTO DELLA LEADERSHIP NEL LATAM, NUOVE OPPORTUNITA' NEI MERCATI MATURI SUL SEGMENTO PREMIUM ALLARGATO A PRODOTTI 'GREEN' E SOSTENIBILI;

AUMENTA LA PRODUZIONE 'LOCAL FOR LOCAL' PER AVVICINARE L'OFFERTA ALLA DOMANDA;

AL VIA NUOVO STABILIMENTO IN MESSICO PER SERVIRE AREA NAFTA: INVESTIMENTO INIZIALE DI 210 MILIONI DI DOLLARI;

NEL 2015 LA REDDITIVITA' DERIVERA' PER DUE TERZI DA ECONOMIE A RAPIDO SVILUPPO E LATAM;

PREVISTA NEL TRIENNIO UNA CRESCITA MEDIA ANNUA DEI RICAVI DELL'8%, CON MARGINE EBIT NEL 2013 TRA IL 10,5% E L'11,5%;

SETTORE TYRE DIVERSO DA AUTOMOTIVE: PIU' REDDITIZIO, MENO ESPOSTO ALLA CONGIUNTURA, PIU' FLESSIBILE

RAFFORZAMENTO SUL SEGMENTO PREMIUM E PIANO DI EFFICIENZE CONTRASTERANNO AUMENTO COSTI MATERIE PRIME;

AL 2015 IL 60% DELLA PRODUZIONE DA STABILIMENTI/IMPIANTI CON MENO DI 10 ANNI DI VITA

LO STABILIMENTO ITALIANO DI SETTIMO TORINESE SARA' IL PIU' ALL'AVANGUARDIA DEL GRUPPO: INVESTIMENTI PER 155 MILIONI DI EURO, A REGIME NEL 2011;

FOCUS CONTINUO SU ATTIVITA' DI RICERCA E SVILUPPO PER MANTENERE COSTANTE L'INNOVAZIONE DI PROCESSO E DI PRODOTTO;

PIANO DI SOSTENIBILITA': AL 2015 PREVISTA RIDUZIONE CONSUMI ACQUA (-35%), ENERGIA (-15%), CON UN CONSEGUENTE TAGLIO DELLE EMISSIONI DI CO2

INTERBRAND STIMA VALORE MARCHIO PIRELLI 1,8 MILIARDI DI EURO

I NUOVI TARGET

TARGET 2011-2013 GRUPPO:

	2010*E	2011	2013	Cagr 2010-13
Ricavi totali (in euro)	~ 4,8 mld	> 5,15 mld	> 6,05 mld	> 8%
di cui 'green performance'	36%	39%	47%	
Ebitda % (dopo oneri di ristrutturazione)	> 12 %	13%÷14%	15%÷16%	
Ebit % (dopo oneri di ristrutturazione)	> 7,5%	8,5%÷9,5%	10,5%÷11,5%	

* dato 2010 escluse Pirelli Re e Pirelli Broadband Solutions

TARGET TYRE 2011-2013 PER SEGMENTO (CONSUMER E INDUSTRIAL):

	2010	2011	2013
Ricavi (in euro)	>4,7 mld	>5,1 mld	>6,0mld
% industrial	31%	32%	32%
% consumer	69%	68%	68%
Margine sul risultato operativo	> 8,5%	9%÷10%	11%÷12%
% industrial	33%	31%	30%
% consumer	67%	69%	70%

COSTANTE AUMENTO DELLA SOLIDITA' FINANZIARIA: SI RIDUCE IL RAPPORTO DEBITO NETTO/EBITDA AL 2015 A CIRCA 0,6; MIGLIORA LA STRUTTURA DEL DEBITO, SI ALLUNGANO LE SCADENZE

IL PIANO NON PREVEDE OPERAZIONI DI M&A O AUMENTI DI CAPITALE

Milano 04 novembre 2010 – Il Consiglio di amministrazione di Pirelli & C. ha approvato il piano industriale 2011-2013, con una visione al 2015. Il piano è stato illustrato oggi alla comunità finanziaria dal presidente di Pirelli & C., Marco Tronchetti Provera, dal COO di Pirelli, Francesco Gori, e dal top management della società (Maurizio Boiocchi, responsabile Ricerca & Sviluppo, Ugo Forner, responsabile Business Unit Car, Guglielmo Fiocchi, responsabile Business Unit Moto, Andrea Pirondini, responsabile Business Unit Truck e Alberto Pirelli, responsabile Business Unit Agro).

“Pirelli ha concluso, raggiungendo prima del previsto i propri obiettivi, la sua trasformazione in una ‘pure Tyre company’. In un mondo che sta cambiando rapidamente e che vede affermarsi nuove aree di crescita, abbiamo sviluppato un piano che pone la società nelle condizioni di competere al meglio”, ha dichiarato il presidente di Pirelli & C., Marco Tronchetti Provera.

“Le strategie e le azioni previste – ha aggiunto – consentiranno a Pirelli di ottenere nel periodo di piano una crescita media annua dei ricavi pari all’8%, con una redditività (margine Ebit) in aumento nel 2013 tra il 10,5% e l’11,5%. Tale risultato sarà raggiunto principalmente grazie all’ulteriore focalizzazione sul segmento Premium, che cresce a un ritmo superiore a quello di mercato ed è in costante aumento anche nel canale ricambio. Quest’ultimo, che rappresenta il 75% dei ricavi Pirelli, rende il settore tyre meno esposto ad eventuali rallentamenti del settore automotive e mostra, rispetto a questo, una redditività strutturalmente superiore.

La focalizzazione avverrà attraverso un aumento degli investimenti e della capacità produttiva proprio in tale segmento e si accompagnerà con un ribilanciamento della presenza produttiva tra le economie a rapido sviluppo (RDE), l’America Latina e i mercati maturi (con circa due terzi della redditività derivante dall’area RDE+Latam) e un upgrade tecnologico di siti produttivi e macchinari: nel 2015 il 60% della produzione sarà realizzata in siti e impianti con età inferiore a 10 anni. Queste azioni permetteranno di offrire prodotti costantemente rinnovati (30% nuovi prodotti

su totale vendite nel 2013), sempre più sviluppati sulle specifiche esigenze della clientela, a ridotto impatto ambientale e più competitivi grazie alla continua innovazione di materiali e di processi. Il tutto facendo leva sul potenziale del brand e contando su un management giovane e multietnico”.

PIANO INDUSTRIALE 2011-2013 E VISIONE DI SCENARIO AL 2015

LINEE GUIDA E OBIETTIVI

Perché un nuovo piano

L'efficacia delle azioni condotte sulla base del piano industriale 2009-2011, favorita anche dalla ripresa della domanda per il settore tyre già osservata a partire dalla fine del 2009, ha consentito a Pirelli di rivedere al rialzo, tre volte nel corso del 2010, i propri obiettivi economico-finanziari e di raggiungere con un anno di anticipo gli obiettivi 2011 previsti dal precedente piano industriale.

Coerentemente con la strategia di focalizzazione sul settore pneumatici delineata con il piano industriale 2009-2011, Pirelli ha proceduto con la dismissione delle attività non strategiche (Telecom Italia, Alcatel-Lucent Submarine, Oclaro, Pirelli Broadband Solutions) e ha concluso la separazione dal gruppo delle attività di Pirelli Real Estate, trasformandosi pertanto in una 'pure Tyre company' i cui ricavi derivano già oggi per circa il 98% dalle attività nel settore.

Affiancano le attività nel tyre il progetto moda e high-tech di Pzero e, in linea con la strategia 'green performance' di Pirelli, le attività di Pirelli Eco Technology e Pirelli Ambiente, operanti rispettivamente nelle tecnologie per il controllo delle emissioni e nel settore dell'energia e dell'ambiente.

Alla luce di tali elementi, Pirelli ha definito un nuovo piano industriale 2011-2013, con visione al 2015.

Lo scenario del nuovo piano 2011-2013

La dinamica del comparto tyre

Il comparto tyre, nel corso dell'ultimo decennio, ha registrato una costante espansione: tra l'anno 2000 e il 2008 il ritmo di crescita medio annuo in valore è stato del 9% e la flessione del 10% circa, osservata tra il 2008 e il 2009 a fronte della crisi economica globale, è stata recuperata nel corso del 2010. Nei prossimi 5 anni è prevista una crescita media annua del settore del 7%.

Tale contesto ha visto Pirelli, unico operatore tra i big mondiali, aumentare la propria quota di mercato di 0,7 punti percentuali, grazie alle efficienze realizzate, alla costante innovazione di prodotto e all'efficacia della gestione operativa.

Il mercato 'premium': un segmento in crescita e con nuove opportunità

Il parco auto, anche grazie alla domanda delle economie in rapido sviluppo (RDE), è in costante crescita. Una crescita ancora maggiore si registra nel parco auto con pneumatici premium, area in cui Pirelli detiene una posizione di preminenza. Il mercato dei veicoli (car e light car vehicle) con gomme Premium tra il 2010 e il 2015 è previsto in crescita del 5,2% a fronte di una crescita stimata del parco auto pari al 3,1%. Nei mercati maturi, così come nelle economie in crescita, l'evoluzione degli stili di consumo offre inoltre nuove opportunità di business, poichè ridefinisce il segmento 'Premium', associandolo non più unicamente alla performance e al lusso, ma a prodotti sempre più legati agli aspetti della sostenibilità e della sicurezza, aree che Pirelli ben presidia grazie a competenze e tecnologie all'avanguardia.

Tyre e automotive: due settori con dinamiche diverse

I ricavi del settore tyre si basano principalmente su volumi che subiscono solo parzialmente i cicli economici negativi: le vendite sono infatti fortemente trainate dal ricambio, che determina a livello di mercato oltre il 70% del fatturato nel segmento car e light truck vehicle (oltre l'80% in quello truck) e che, nel caso di Pirelli, già oggi rappresenta oltre il 75% dei ricavi. Tale dinamica rende il settore tyre più flessibile e meno esposto ad eventuali rallentamenti del settore automotive e della domanda nel primo equipaggiamento. Ciò assicura al comparto una redditività strutturalmente più elevata: il margine Ebit dei 10 maggiori produttori Tyre è stimato nel 2010 pari al 7,3%, rispetto al 5,7% dei 10 maggiori produttori di componenti auto e il 4,3% dei 10 maggiori produttori auto. Il settore risente inoltre in misura minore dei fenomeni di volatilità legati ai costi delle materie prime.

Aumenta l'importanza del 'local for local': determinante avvicinare la produzione alla domanda

L'economia globale è sempre più articolata su una pluralità di macroaree, spesso divise tra loro da barriere di natura tariffaria o di altro genere (requisiti tecnici, certificazioni prodotti, costi aggiuntivi legati alle procedure amministrative di importazione). In queste regioni, in costante espansione e motori della crescita mondiale, diventa determinante essere presenti con impianti produttivi capaci di soddisfare sul posto una domanda locale in forte aumento (produzione 'local for local').

Che cosa è Pirelli oggi

Già oggi Pirelli è un "macro-regional player", leader sul mercato ad alta crescita dell'America Latina e con una presenza industriale geograficamente competitiva. Oggi il 75% della sua produzione, infatti, è allocata in Paesi a rapido sviluppo, con una domanda in aumento e costi industriali più favorevoli. La società ha una posizione preminente **nel segmento 'Premium'**, ha relazioni consolidate con i più prestigiosi marchi dell'automotive e offre una **gamma completa di prodotti 'green'**, che oggi rappresentano il 36% del suo fatturato.

Con un valore stimato da Interbrand pari a circa **1,8 miliardi di euro**, il marchio Pirelli rappresenta **un potenziale su cui far leva e che sarà rafforzato anche grazie alla presenza nella Formula 1.**

Pirelli è tra le società del comparto che investono di più in ricerca e sviluppo (circa il 3% del fatturato annuo) con l'obiettivo di continuare a innovare prodotti e processi e cogliere le opportunità di business legate alle nuove tecnologie. La società è particolarmente attenta all'innovazione dei materiali, sia nell'ambito di quelli rinnovabili sia nell'ambito della gomma naturale e sintetica, anche attraverso lo sviluppo di partnership. Il suo **management è multiculturale e giovane**: i 280 top manager che lo compongono provengono da 15 nazioni diverse e hanno un'età media inferiore ai 46 anni.

Che cosa sarà Pirelli nel 2015

Pirelli nel 2015 avrà **circa il 60% della capacità produttiva derivante da impianti e macchinari avviati dal 2005 e quindi con un'età inferiore ai 10 anni**. La società disporrà di **stabilimenti fortemente specializzati nel segmento 'Premium', localizzati nei Paesi ad alta crescita e caratterizzati da costi industriali favorevoli**. La **distribuzione geografica degli impianti produttivi** assicurerà una presenza bilanciata tra mercati maturi ed economie a rapido sviluppo (RDE), che insieme all'America Latina contribuiranno per due terzi alla redditività del gruppo. Il rafforzamento in queste regioni permetterà alla società di essere meno esposta alle eventuali congiunture negative che potrebbero colpire aree mature come Europa e Usa, dove comunque Pirelli potrà cogliere le nuove opportunità derivanti dall'allargamento del segmento Premium, come precedentemente illustrato.

Pirelli continuerà ad offrire una **gamma completa di pneumatici Premium**, oggetto di un costante rinnovamento e capaci di soddisfare le esigenze specifiche delle diverse tipologie di consumatore. Grazie a tali azioni, Pirelli si trasformerà, come dimostra anche la prevista **evoluzione della composizione delle vendite per segmento, regione, canale ed età degli impianti**. **Nel 2015 si prevede che le vendite deriveranno per il 73% da segmenti Premium Car & Light**

Truck (66% nel 2010), il 76% dal canale ricambio (75% nel 2010), il 57% da economie RDE (Latam, Apac, Russia, Mea, pari al 52% nel 2010) ed oltre il 60% da nuovi siti o nuovi macchinari (30% nel 2010).

La trasformazione di Pirelli in numeri

La trasformazione e la crescita di Pirelli saranno supportate da **investimenti complessivi pari a 1,9 miliardi di euro nel periodo 2011-2015**, in crescita rispetto agli 1,5 miliardi di euro di investimenti effettuati tra il 2006 e il 2010. La quasi totalità (99%) di tali investimenti sarà destinata al settore tyre, per seguire la crescente domanda del mercato, in particolare nel segmento Premium, in un mercato che non prevede **situazioni di sovracapacità produttiva**.

Target 2011-2013

Il conto economico vedrà la seguente evoluzione:

	<i>2010*E</i>	<i>2011</i>	<i>2013</i>	<i>Cagr</i>
<i>2010-13</i> (in euro)				
Ricavi totali	~ 4,8 mld	> 5,15 mld	> 6,05 mld	> 8%
di cui 'green performance'	36%	39%	47%	
Ebitda % <i>(dopo oneri di ristrutturazione)</i>	> 12 %	13%÷14%	15%÷16%	
Ebit % <i>(dopo oneri di ristrutturazione)</i>	> 7,5%	8,5%÷9,5%	10,5%÷11,5%	

* dato 2010 escluse Pirelli Re e Pirelli Broadband Solutions

La già solida **posizione finanziaria** vedrà un'ulteriore riduzione del **rapporto debito netto/Ebitda**, che risulterà in calo da **1,1 previsto a fine 2010, a circa 1 a fine 2013, e circa 0,6 nel 2015**, a fronte di **debito** previsto inferiore a 700 milioni a fine 2010, sotto 1 miliardo di euro nel 2013, e di poco maggiore a 700 milioni nel 2015. I dati comprendono il versamento di **dividendi**, sulla base di una **politica di remunerazione degli azionisti** che nel triennio prevede di proporre al Cda la **distribuzione di circa il 40% dell'utile netto consolidato**.

Già oggi la struttura del debito lordo è per il 65% a tasso fisso e il 35% a tasso variabile al fine di ridurre la volatilità degli oneri finanziari e sarà ulteriormente rafforzata entro il 2015, sia attraverso azioni di ottimizzazione/diversificazione delle fonti di finanziamento (con possibile ricorso – come già preannunciato – al mercato dei capitali), sia tramite l'allungamento delle scadenze.

Che cosa Pirelli non farà

Il piano non prevede: **grandi operazioni di M&A**, **amenti di capitale**, **investimenti in capacità nel mercato indiano**, **produzione non Premium per il primo equipaggiamento e una strategia di portafoglio multibrand**. Nel caso si verificassero rallentamenti del mercato e conseguenti cali della domanda rispetto a quanto previsto nello scenario di riferimento, Pirelli potrà contare su **azioni alternative (contingency plans)** che passano principalmente attraverso due opzioni: il rallentamento del piano di investimenti (per regione o per segmento) e il ridimensionamento della produzione associato a ulteriori azioni di ristrutturazione. Sul fronte delle **materie prime**, tenuto conto del prevedibile aumento dei costi, si prevede un impatto negativo pari a 200 milioni nel 2011 e a 300 milioni nel 2011-2013. Tali impatti saranno in parte compensati da maggiori efficienze, rispettivamente pari a 80 milioni nel 2011 e a 200 milioni nel 2011-2013.

STRATEGIA DI INVESTIMENTO

Lo scenario di mercato

Tra il 2011 e il 2015 si prevede che il segmento car del settore tyre investirà 15 miliardi di dollari nell'aumento della capacità produttiva - in particolare in Cina (50% del totale) e India (20%) - e si stima raggiungerà 1,5 miliardi di pezzi nel 2015. La distribuzione geografica della capacità produttiva vedrà una crescita nell'area Latam+Apac, con il 46% della capacità totale nel 2015 rispetto al 41% attuale, a fronte della diminuzione del peso dell'area Emea+Nafta al 54% dal 59% attuale. Secondo le stime, il segmento truck tra il 2011 e il 2015 investirà 10 miliardi di dollari nell'aumento della capacità produttiva - soprattutto in Cina (40% del totale) e India (40%) - e nel 2015 si prevede ammonterà a 164 milioni di pezzi. Anche in questo segmento si osserverà una crescita della localizzazione della capacità nell'area Latam-Apac, con il 73% della capacità totale nel 2015 rispetto al 67% attuale, a fronte della diminuzione del peso dell'area Emea+Nafta al 27% dal 33% attuale.

Quanto e dove investirà Pirelli

Tenuto conto dello scenario di mercato e dello sviluppo delle varie macroregioni, Pirelli, per garantire la crescita dei propri business e presidiare al meglio i trend di mercato, prevede di investire complessivamente **1,9 miliardi di euro, di cui 1,2 miliardi tra il 2011 e il 2013 e 0,7 miliardi nel 2014-2015.**

Nei mercati maturi tali investimenti avranno principalmente l'obiettivo di migliorare il mix di prodotto e aumentare l'efficienza. In queste aree il segmento consumer assorbirà il 14% degli investimenti totali e il segmento industrial il 3%. La parte restante degli investimenti sarà destinata ad incrementare la capacità produttiva nelle economie a rapida crescita. Qui il segmento consumer assorbirà il 56% degli investimenti complessivi e il segmento industrial il 27%.

In particolare, nel segmento consumer (vettura e moto) gli investimenti complessivi saranno pari a 1,3 miliardi di euro entro il 2015, di cui 800 milioni di euro entro il 2013 e ulteriori 500 milioni di euro entro il 2015. I volumi di produzione aumenteranno del 25% (da 56 milioni a 70 milioni di pneumatici radiali) tra il 2010 e il 2013 e vedranno un ulteriore incremento del 15% (a 80 milioni di pezzi) entro il 2015. Gli investimenti saranno distribuiti tra l'Italia (Settimo Torinese), il nuovo impianto in Messico, l'area Latam, la Romania, la Cina e la joint venture in Russia .

Nel segmento industrial (truck e agro) gli investimenti complessivi saranno pari a 600 milioni di euro entro il 2015, di cui 400 milioni entro il 2013 e ulteriori 200 milioni entro il 2015. I volumi di produzione aumenteranno del 20% (da 5,8 milioni a 7 milioni di pezzi) tra il 2010 e il 2013 e vedranno un ulteriore incremento del 15% (a 8 milioni di pezzi) entro il 2015. Gli investimenti si focalizzeranno su Cina, Latam, Egitto, in Russia (Agro) tramite joint venture con Russian Technologies e Romania (Steelcord).

Pirelli disporrà di una **capacità produttiva complessiva** di 77 milioni di pezzi nel 2013 (70 milioni consumer e 7 milioni industrial), rispetto ai 61,8 milioni di pezzi a fine 2010 (56 milioni consumer e 5,8 milioni industrial). Nel 2015 la capacità complessiva sarà di circa 88 milioni, di cui circa 80 milioni consumer e circa 8 milioni industrial.

“Grazie a questi investimenti, Pirelli aumenterà la capacità produttiva focalizzandosi sul segmento Premium nelle economie a rapido sviluppo, consoliderà la leadership in tutti i segmenti di mercato in America Latina, migliorerà il mix di prodotto e l'efficienza cercando di cogliere tutte le opportunità derivanti dall'evoluzione del segmento Premium nei mercati maturi, aumentando ovunque il peso del canale ricambio rispetto al primo equipaggiamento”, ha dichiarato Francesco Gori, COO Pirelli.

A fronte di tali investimenti, i **ricavi Tyre** sono previsti in crescita da oltre 4,7 miliardi a fine 2010 a oltre 5,1 miliardi nel 2011 e oltre 6 miliardi nel 2013, con una crescita media annua nel triennio 2011-2013 pari **all'8%** (5% la crescita media annua della componente volumi e 3% della componente price/mix). Alla fine del triennio, la **redditività** risulterà ulteriormente bilanciata tra le macroaree geografiche. Il **contributo alla redditività** derivante dalle **economie in rapido sviluppo (escluso il Latam)**, oggi inferiore al 20%, è previsto in crescita a oltre il 20% nel 2013 e oltre il 30% nel 2015. Il contributo derivante dal **Latam**, oggi superiore al 50% sarà superiore al 40% nel 2013 e si attesterà a oltre il 30% nel 2015. Nei **mercati maturi**, infine, il contributo, oggi al di sotto del 30%, sarà inferiore al 40% nel 2013 per poi attestarsi a oltre il 30% nel 2015.

Nel triennio 2011-2013 è previsto un piano di efficienze di circa 200 milioni di euro concentrato prevalentemente nel segmento consumer e basato su 3 leve fondamentali: produzione in paesi a costi competitivi, economie di scala derivanti da investimenti in capacità Premium e miglioramento della produttività.

<i>I target Tyre 2011-2013 per segmento</i>	2010	2011	2013
Ricavi	>4,7 mld	>5,1 mld	>6,0mld
% industrial	31%	32%	32%
% consumer	69%	68%	68%
Margine sul risultato operativo	> 8,5%	9%÷10%	11%÷12%
% industrial	33%	31%	30%
% consumer	67%	69%	70%

(in euro)

I nuovi impianti produttivi: Messico, Settimo Torinese e il progetto Russia

Il piano prevede la costruzione del primo stabilimento Pirelli in Messico, il raggiungimento della piena operatività del polo tecnologico di Settimo Torinese e l'ingresso sul mercato russo.

In **Messico**, Pirelli investirà 210 milioni di dollari nei prossimi due anni per un nuovo stabilimento per la produzione di pneumatici High-performance e Ultra High-Performance per auto e veicoli commerciali leggeri, destinati al mercato interno e soprattutto all'esportazione verso i mercati dell'area Nafta, in particolare gli Usa. Il nuovo insediamento sarà operativo a partire dal 2012, con una capacità produttiva prevista pari a circa 5 milioni di pezzi nel 2015. La nuova fabbrica, che si va ad aggiungere agli altri 7 stabilimenti Pirelli presenti in America Latina, impiegherà a regime circa 700 lavoratori e sarà dotata delle ultime tecnologie di produzione Pirelli. Nel corso del 2011, Pirelli inaugurerà anche il **Polo di Settimo Torinese**, che costituirà lo stabilimento tecnologicamente più avanzato ed efficiente del gruppo per la produzione di pneumatici ecologici, High-Performance e Ultra High-Performance. Il nuovo Polo piemontese, per il quale è in corso un investimento iniziale di 155 milioni di euro, nasce con l'adozione di misure che limitano al massimo gli impatti ambientali e i consumi energetici e si avvarrà delle più moderne tecnologie frutto della ricerca Pirelli, tra cui l'evoluzione del sistema robotizzato Pirelli per la produzione di pneumatici (Next Mirs) e il sistema di precisione per la produzione delle mescole (Ccm). La capacità produttiva a regime del nuovo polo, che sorge dall'integrazione in un'unica area dei due stabilimenti Pirelli già presenti a Settimo Torinese e occuperà oltre mille addetti, potrà superare i 3,5 milioni di pneumatici l'anno esclusivamente Premium.

La strategia di Pirelli nelle varie aree geografiche

Attraverso gli investimenti precedentemente illustrati, Pirelli assicurerà l'ottimizzazione e il bilanciamento della propria presenza produttiva per garantire il presidio e la crescita nelle aree strategiche indicate attraverso le seguenti strategie:

EMEA

Aumento capacità produttiva per focalizzazione su segmento Premium; consolidamento leadership nel segmento moto; al via produzione in Russia

- scenario di mercato

Tra il 2010 e il 2015 per il **segmento consumer** dell'area Emea si prevedono volumi in crescita del 2,1%, a 501 milioni di pezzi, e del 3,7%, a 35 milioni di pezzi, per il **segmento industrial**.

- strategia di crescita

In tale area geografica, Pirelli prevede una crescente focalizzazione sui segmenti Premium ad alta crescita per soddisfare l'incremento dei volumi, in linea con l'evoluzione del mercato. La società intende inoltre consolidare la leadership nel segmento moto e avviare, concentrandosi su pneumatici Winter e Agro, la produzione in **Russia**.

Tali azioni porteranno a una **crescita media annua dei ricavi del 6% tra il 2010 e il 2013 (a circa 2,8 miliardi di euro)** e un miglioramento dell'Ebit margin da 'mid single digit' a 'double-digit' entro il 2013.

NAFTA

Aumento capacità produttiva per focalizzazione su segmento Premium; avvio stabilimento in Messico

- scenario di mercato

Tra il 2010 e il 2015 per il **segmento consumer** dell'area Nafta si prevedono volumi in crescita del 3%, a 370 milioni di pezzi, e del 2,6%, a 24 milioni di pezzi, per il **segmento industrial**.

- strategia di crescita

Nell'area Nafta, Pirelli prevede una focalizzazione sui segmenti Premium (consumer) e punta sul canale distributivo specializzato. I volumi crescenti e il miglioramento del mix a favore del segmento Premium potranno essere meglio sostenuti grazie all'avvio dello stabilimento in Messico, destinato a rifornire i mercati Nafta e in particolare gli Usa.

Tali azioni porteranno a una **crescita media annua dei ricavi dell'8% tra il 2010 e il 2013 (a circa 520 milioni di euro, con un ipotesi di cambio usd/euro a 1,40)** e a un miglioramento dell'Ebit margin da 'single digit' a 'double digit' entro il 2013.

LATAM

Consolidamento leadership; incremento della produzione 'local for local'

- scenario di mercato

Tra il 2010 e il 2015 per il **segmento consumer** dell'area Latam si prevedono volumi in crescita del 6,5%, a 98 milioni di pezzi, e del 6,8%, a 14 milioni di pezzi, per il **segmento industrial**. In tale area geografica, Pirelli detiene la leadership di mercato e rappresenta l'unico produttore di pneumatici con un'offerta completa in ogni segmento.

- strategia di crescita

Pirelli farà leva sulla leadership del proprio brand e, in tal senso, beneficerà dell'ulteriore spinta derivante dalla presenza in Formula 1. La società prevede di rafforzare il mix di prodotto in tutti i segmenti e di aumentare la capacità nell'area. Sul fronte commerciale, Pirelli conta tra i suoi asset in loco su una rete commerciale solida e fidelizzata'. L'avvio dello stabilimento messicano al servizio dei mercati Nafta, permetterà di liberare capacità produttiva nel Latam da destinare al mercato locale, con un aumento, quindi, della produzione 'local for local' e ulteriori efficienze sui costi.

Tali azioni porteranno a una **crescita media annua dei ricavi del 10% tra il 2010 e il 2013 (ad oltre 2,22 miliardi di euro, ipotesi di cambio usd/euro a 1,40) e un Ebit margin sostanzialmente stabile ('mid two digit')**.

ASIA-PACIFIC

Aumento capacità produttiva del polo cinese con focalizzazione segmento Premium; hub con produzione pneumatici alto di gamma per tutti i segmenti anche per l'export

- scenario di mercato

Tra il 2010 e il 2015 per il segmento consumer dell'area Asia-Pacific si prevedono volumi in crescita del 7,2%, a 536 milioni di pezzi, e del 7,6%, a 91 milioni di pezzi, per il segmento industrial.

- strategia e azioni

Pirelli si focalizzerà ulteriormente sul segmento Premium consumer sul mercato cinese, dove si prevede un programma di investimenti che aumenterà la capacità produttiva per soddisfare la crescente domanda locale. Entro il 2013, in particolare, è previsto un aumento di capacità del 40% nel segmento truck e del 100% nel segmento car.

In tale contesto il **polo cinese, che produrrà l'intera gamma di prodotto high-end (truck, car moto e steelcord)**, rappresenterà un hub per l'esportazione non solo per l'Asia-Pacific, ma anche per il Middle East-Africa e per il Nafta.

Tali azioni porteranno a una **crescita media annua dei ricavi del 20% tra il 2010 e il 2013 (a 470 milioni di euro, ipotesi di cambio usd/euro a 1,40) e un miglioramento dell'Ebit margin da 'single digit' a 'double digit' entro il 2013.**

LA STRATEGIA DI CRESCITA DELLE BUSINESS UNIT

Consumer

Business Unit Car

Focalizzazione sul mercato Premium in costante crescita; aumento della capacità produttiva (+30%) entro il 2015; crescita del tasso di rinnovamento di impianti e prodotti

- Scenario di mercato

Le auto equipaggiate con pneumatici premium, come dimostrano i dati forniti in precedenza, sono in costante crescita, con un ritmo superiore a quello del mercato. Tale tendenza, comune a tutte le aree geografiche, è confermata dall'andamento delle nuove immatricolazioni, dove tra il 2010 e il 2015 il segmento Premium è previsto in crescita del 9,6% (5% il non premium), a fronte di un incremento complessivo delle immatricolazioni stimato pari al 5,6%. Tra il 2011 e il 2015, su un volume di mercato del segmento car tyre previsto complessivamente in crescita del 4,3% a 1,5 miliardi di pezzi, l'incremento del Premium è stimato del 6,5% e il segmento rappresenterà nel 2015 circa il 12% del totale (a fronte della crescita del 4% prevista per il segmento non Premium). La società, che è già focalizzata sui segmenti Premium, continuerà ad aumentare la sua presenza in tale settore.

- **Strategia e azioni**

La Business Unit Car di Pirelli dispone già oggi di un **portafoglio prodotti** che è stato semplificato, rinnovato e allineato alle esigenze dei consumatori nei vari segmenti di autoveicoli. Tale portafoglio sarà ulteriormente rinnovato e ottimizzato (sul totale delle vendite, la percentuale di nuovi prodotti crescerà al 30% nel 2013 e al 28% nel 2015 rispetto al 25% del 2010), al fine di renderlo ancor più innovativo, competitivo e “green” (sul totale delle vendite, la percentuale di prodotti “green” crescerà al 50% nel 2013 e al 61% nel 2015, rispetto al 35% del 2010).

L'ingresso in **Formula 1 e l'avvio di una serie di iniziative commerciali** collegate contribuiranno allo sviluppo dei ricavi e al consolidamento del brand.

L'**aumento della capacità** in aree ad alta crescita e con costi industriali competitivi, unitamente al costante rinnovamento degli impianti, la cui capacità produttiva media crescerà del 30% entro il 2015, consentirà di ottimizzare la presenza competitiva e dotarla della più elevata tecnologia nelle diverse aree. In particolare, il **ribilanciamento geografico** permetterà di incrementare complessivamente la **produzione 'local for local' dall'83% all'89%**. La produzione derivante da **nuovi impianti** crescerà al 39% nel 2013 e al 52% nel 2015, rispetto al 30% del 2010..

Business Unit Moto

Focalizzazione su segmento Premium in Europa e Nord America; consolidamento in tutti i segmenti di presenza in Latam; al via la produzione in Cina

- **Scenario di mercato**

Nel mercato moto europeo e nei Paesi Nafta si prevede una positiva evoluzione di tendenza rispetto a quanto osservato nell'ultimo quinquennio: in Emea, dopo una crescita in volumi dello 0,3% registrato tra il 2005 e il 2010, è prevista tra il 2011 e il 2015 una crescita dell'1,1%, mentre nell'area Nafta, dopo il calo dell'1% tra il 2005 e il 2010, la ripresa attesa tra il 2011 e il 2015 è del 2,1%. In America Latina, che già tra il 2005 e il 2010 ha registrato una crescita del 7,6%, è previsto tra il 2011 e il 2015 un ulteriore incremento del 6,8%. Forte anche di uno straordinario palmares nel Motorsport, la business unit Moto dispone già oggi di una solida posizione di mercato, è leader in Europa e nel Latam e può far leva sia sul marchio Pirelli sia sugli aspetti distintivi del marchio Metzeler.

- **Strategia e azioni**

La Business Unit Moto proseguirà la propria focalizzazione **sul segmento 'Premium' in Europa e Nord America**, mentre in **America Latina continuerà a fare leva sulla forza del brand per presidiare tutti i segmenti di mercato**.

La business unit **amplierà la propria presenza geografica**. All'attuale produzione in Brasile (pneumatici convenzionali) e in Germania (pneumatici radiali) si affiancherà la **nuova capacità produttiva, pari a un milione di pneumatici radiali, localizzata in Cina, la cui operatività avrà inizio nel 2012**. Ciò permetterà di soddisfare meglio, in sinergia con gli impianti Pirelli già esistenti, la domanda dei mercati asiatici del ricambio e di poter contare su una produzione 'local for local' nel primo equipaggiamento a servizio dei produttori giapponesi. La Business Unit Moto punta a crescere anche attraverso **strategie di marketing ad hoc per il cliente**, puntando soprattutto sulla personalizzazione e sull'E-commerce.

- **Target BU Moto**

Ricavi in crescita a 420 milioni di euro nel 2013 rispetto ai 360 milioni previsti nel 2010 (+5%).
Margine Ebit “sound and stable double-digit”.

TARGET SEGMENTO CONSUMER (car+moto)

Ricavi in crescita a oltre 3,5 miliardi di euro nel 2011 e a oltre 4,1 miliardi di euro nel 2013, rispetto ai 3,3 miliardi previsti nel 2010. Il margine Ebit è previsto tra il 9% e il 10% nel 2011 e tra l'11 e il 12% nel 2013, rispetto all'8,5% circa previsto nel 2010.

Industrial

Business Unit Truck

Aumento capacità produttiva nelle aree geografiche chiave (a fine periodo 91% localizzata in economie a rapido sviluppo), in particolare 'local for local' (85% della produzione al 2015); il 55% delle vendite nel 2015 deriverà da nuovi prodotti

- **Scenario di mercato**

Il mercato dei pneumatici truck nel prossimo quinquennio confermerà la tendenza positiva degli ultimi cinque anni. Dopo la crescita in volumi del 2,6% medio annuo registrata tra il 2005 e il 2010, a 164 milioni di pezzi complessivi, nel prossimo quinquennio è previsto un tasso di crescita medio annuo del 3,2% a 193 milioni di pezzi. Si prevede che la crescita si accompagni con un costante aumento della rilevanza del pneumatico radiale rispetto al convenzionale: 85% dei volumi totali nel 2015 rispetto al 75% del 2010. La radializzazione dei mercati emergenti continuerà a supportare un tasso di crescita del mercato di pneumatici truck "All Steel Radial" su livelli del 5,8% annuo anche per i prossimi 5 anni e cioè ben al di sopra della media del 3,2% relativa al mercato totale. Pirelli è già leader in importanti mercati a rapido tasso di sviluppo (RDE) quali Sud America e Nord Africa, detiene la seconda posizione in Europa del Sud e nel vicino Oriente, è in rapida crescita in Cina e prevede un ingresso con capacità produttiva locale sul mercato russo.

- **Strategia e azioni**

La Business Unit Truck punterà a consolidare il proprio posizionamento di prodotto, con una costante attenzione all'innovazione e alla focalizzazione sul segmento Premium e sui concetti di "green performance" e "customer lifecycle value". In particolare, nel 2015 il 55% dei volumi di vendita deriverà da prodotti introdotti nei tre anni precedenti (rispetto al 45% nel 2010). L'obiettivo dell'attività di ricerca è continuare a migliorare la riduzione della resistenza al rotolamento e arrivare a una durata complessiva del prodotto di circa un milione di chilometri sui segmenti "long distance".

Anche nello 'steelcord' (corticella metallica), Pirelli dispone di tecnologia all'avanguardia, con il 90% della produzione localizzata in paesi con costi industriali competitivi. Il 40% delle vendite rimarrà destinato al mercato 'non captive'.

La business unit soddisferà la crescente domanda di mercato attraverso l'aumento della capacità produttiva di stabilimenti esistenti e localizzati in aree geografiche in rapida crescita.

Con investimenti complessivi nel segmento Industrial (truck e agro) pari a 600 milioni (400 milioni di euro tra il 2010 e il 2013 e 200 milioni tra il 2013 e il 2015), la capacità crescerà dai 5,8 milioni di pezzi del 2010 a 7 milioni nel 2013 (+20%) e 8 milioni nel 2015 (+15%). L'85% della produzione sarà 'local for local' e il 91% sarà localizzata in economie a rapido sviluppo.

In particolare, entro il 2013 è previsto un aumento di capacità nel Mercosur (+30% truck, +20% agro e +10% steelcord), in Egitto (+30% truck), in Cina (+40% truck e nuovo impianto steelcord operativo il 2011) e Russia (nuovo stabilimento operativo nel 2013 nell'agro).

Il rinnovamento della produzione truck dei diversi stabilimenti – Settimo Torinese, Brasile (Feira de Santana, Santo André e Gravatai), Egitto, Turchia e Cina – vedrà entro il 2015 il 50% della capacità installata con età inferiore a 10 anni e una dimensione media degli impianti in crescita del 25% tra il 2010 nel 2013 e del 40% al 2015.

Business Unit Agro

Nuovi investimenti in Brasile e Russia; consolidamento leadership in Latam; presenza più selettiva in Europa; unica piattaforma produttiva pneumatici radiali per tutti i mercati

La Business Unit Agro ha due mercati di riferimento: quello dell'America Latina e quello europeo (Europa+Cis). Entrambe le aree presentano elevati tassi di crescita: la stima per il mercato Latam tra il 2010 e il 2015 è un incremento del 4% a 1,7 milioni di pezzi (radiali e convenzionali), mentre per il mercato Europa/Cis si prevede un aumento del 2,1% a 1,4 milioni di pezzi (radiali).

- Strategia e azioni

A fronte di una crescente domanda di pneumatici agro, la business unit prevede di avvalersi di una piattaforma produttiva nel radiale comune a tutti i mercati in termini di tecnologia, processi produttivi e specifiche tecniche di prodotto. La capacità produttiva sarà localizzata in economie a rapido sviluppo. Sulla base di tali elementi, la business unit sarà più competitiva dal punto di vista dei costi e più flessibile dal punto di vista operativo (velocità nel soddisfare la domanda, strategia commerciale focalizzata sul 'local for local', facilità nell'interscambio tra fonti produttive per soddisfare le necessità della domanda). Le azioni prevedono il piano di investimenti pari a 70 milioni di euro nel periodo 2010-2015 (esclusa la Russia). In Brasile, la capacità produttiva aumenterà del 20% entro il 2013 (+30% entro il 2015), mentre in Russia, entro il 2013, verranno prodotti pneumatici radiali. Tali azioni consentiranno alla BU Agro di rimanere leader nel primo equipaggiamento e nel ricambio per i pneumatici radiali e convenzionali in Latam, di qualificarsi come partner di riferimento nel primo equipaggiamento pneumatici radiali e nel ricambio nell'area Cis e di avere una presenza selettiva nel canale ricambio e primo equipaggiamento in Europa.

- Target BU Agro

Ricavi in crescita a 220 milioni di euro nel 2013 rispetto ai 180 milioni previsti nel 2010, con una crescita media annua dell'8%. Margine Ebit 'sound double-digit'.

TARGET SEGMENTO INDUSTRIAL (truck+agro)

Ricavi in crescita a oltre 1,6 miliardi di euro nel 2011 e a oltre 1,9 miliardi di euro nel 2013, rispetto agli 1,4 miliardi previsti nel 2010. Il margine Ebit è previsto pari a circa il 10% nel 2011 e tra l'11 e il 12% nel 2013, rispetto a oltre il 9,5% circa previsto nel 2010.

TECNOLOGIA E R&D A SOSTEGNO DELLA CRESCITA

Pirelli dispone oggi di un **centro di ricerca in Italia e di 8 centri applicativi nel mondo**. Il settore R&D può contare su oltre mille addetti, per oltre il 60% provenienti da Paesi diversi dall'Italia.

Il peso degli investimenti della società nell'attività di ricerca si manterrà nel corso del prossimo triennio intorno al 3% del fatturato annuo, che rappresenta uno dei livelli più elevati del settore. Tutto ciò consentirà di arricchire il portafoglio brevetti (oggi oltre 4.500), di disporre di una capacità di rinnovamento del portafoglio prodotti premium omologati per il primo equipaggiamento inferiore a quattro anni e di avere **entro il 2013 a livello mondo l'intera gamma di pneumatici prodotti privi di olii altamente aromatici**.

Lo scambio di competenze tra i diversi settori del business e la partnership coi migliori fornitori e la continua collaborazione con importanti centri di ricerca universitari e con le principali case auto, assicurano al gruppo tecnologie in grado di sviluppare prodotti all'avanguardia, testati con successo nelle principali discipline sportive motoristiche e "trasferiti" su strada al servizio delle specifiche esigenze del cliente.

L'attività di ricerca ha permesso nel tempo di sviluppare prodotti con bassa resistenza al rotolamento e che sempre più utilizzeranno **biomateriali**. Dal punto di vista dell'ingegnerizzazione, si sono ridotti sensibilmente i tempi e i costi di sviluppo, e quindi quelli (dei costi,)dei prodotti. Nell'area dei processi produttivi, l'applicazione di **sistemi all'avanguardia come il Mirs** (un processo robotizzato, esclusivo di Pirelli, per la produzione del pneumatico) e l'innovativo sistema di mescole **Ccm (Continuos Compound Mixing System)** consentono di sviluppare prodotti attraverso processi di altissima qualità e molto flessibili. Pirelli è inoltre all'avanguardia anche nello sviluppo del progetto **Cyber Tyre**, lo pneumatico intelligente in grado di trasferire al veicolo informazioni fondamentali per l'assetto e la sicurezza di guida.

La continua ricerca e il continuo sviluppo di tali attività permetteranno alla società di introdurre entro il 2015 innovazioni e discontinuità tecnologiche che saranno determinanti nella produzione e nel design dei pneumatici del futuro. In questo senso, Pirelli sta lavorando allo sviluppo di nuovi materiali derivanti dall'applicazione delle **nanotecnologie, dei biomateriali e dei polimeri modificati e su processi innovativi come la nuova generazione del Mirs (Next MIRS) e il Ptsm, che rappresenta l'evoluzione del sistema di mescole Ccm.**

In particolare, nel **settore car**, nel periodo 2011-2015 si prevede: lo sviluppo di soluzioni tecnologiche focalizzate sulla 'green performance' nelle RDE; la produzione di prodotti ad hoc, differenziati sulla base della specifica domanda nelle diverse aree geografiche, lo sviluppo della linea di pneumatici Pzero come prodotto top del segmento di mercato Ultra-High Performance. Tutto questo attraverso l'applicazione di soluzioni sostenibili anche nei processi di ingegnerizzazione, l'introduzione di fibre rinforzanti innovative nello sviluppo dei pneumatici e l'introduzione della seconda generazione del Cyber Tyre.

Nel **settore moto**, nel periodo 2011-2015, si prevede: l'ulteriore disponibilità di tecnologie esclusive, una maggiore velocità del rinnovamento di prodotto al fine di anticipare i bisogni dei consumatori, il rafforzamento di partnership tecnologiche con i principali produttori moto, l'utilizzo dell'esperienza nel Motorsport come motore tecnologico nell'innovazione e lo sviluppo del Cyber Tyre anche in questo segmento. Tutto questo permetterà di disporre di un portafoglio prodotti più performanti e più sicuri.

Nel **settore industrial**, infine, nel periodo 2011-2015 si prevede: lo sviluppo di prodotti che permetteranno un maggiore risparmio di carburante e con una vita più lunga (fino a un milione di chilometri), una maggiore velocità nel rinnovamento di prodotto, la disponibilità di piattaforme produttive high-tech nei paesi a rapido sviluppo. Tali risultati saranno possibili grazie a nuovi materiali e strutture nello steel cord, all'impiego di biomateriali e di fibre rinforzanti innovative, al conseguimento di oltre 30 brevetti relativi all'innovazione nelle strutture, nei materiali e nelle mescole, a nuove soluzioni green dedicate ai truck e all'impiego del Cyber Tyre anche in questo segmento di mercato.

PIRELLI CREERA' VALORE ATTRAVERSO LA SOSTENIBILITA' ...

La sostenibilità e la Corporate Governance in Pirelli rappresentano due asset che guidano e integrano il raggiungimento degli obiettivi del piano industriale e la creazione di valore.

Tra il 2011 e il 2013 Pirelli avvierà, in particolare, un **nuovo piano di azioni di sostenibilità ambientale, sociale ed economica**.

Nei **sistemi di produzione**, Pirelli impiegherà sempre più materie prime a basso impatto ambientale e utilizzerà processi che porteranno entro il 2015 a una **riduzione di oltre il 35% dei consumi di acqua e del 15% di quelli di energia, con un un taglio delle emissioni di CO2 del 15% rispetto al 2009**. A supportare il percorso di definizione e controllo della **politica energetica** di gruppo, a partire dal 2011 sarà pienamente operativo il nuovo polo tecnologico di **Settimo Torinese, la fabbrica di pneumatici più "eco-efficiente" del mondo** che rappresenterà un modello anche per gli altri impianti produttivi del gruppo.

Sul **fronte sociale**, i piani per la sicurezza negli ambienti di lavoro già in essere avranno ulteriori miglioramenti attraverso una rivisitazione costante, di anno in anno, di programmi di prevenzione e di formazione negli stabilimenti, mentre nell'area delle **risorse umane** sono previste politiche per aumentare le pari opportunità nel management e favorire il miglioramento della qualità della vita dentro e fuori l'azienda. La gestione sostenibile sarà ulteriormente estesa alla **"supply chain"** anche attraverso audit da parte di soggetti esterni indipendenti che verificheranno la rispondenza dei fornitori agli standard di gruppo. Nell'ambito dei **rapporti con le comunità locali e internazionali**, si rafforzerà la cooperazione con le autorità governative e non governative, per condividere iniziative finalizzate allo sviluppo sostenibile, come già da tempo avviene, ad esempio, con l'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati in progetti di cooperazione.

Pirelli è stata più volte riconosciuta leader mondiale di sostenibilità del settore 'Auto Parts and Tyre' nell'ambito degli indici Dow Jones Sustainability Stoxx e Dow Jones Sustainability World. Aree di **eccellenza** riconosciute sono **la corporate governance, il codice di condotta e autodisciplina, la qualità dell'ambiente di lavoro, la sostenibilità della 'supply chain' e lo sviluppo del capitale umano**.

Anche per questo Pirelli è oggi fortemente presente nei portafogli degli investitori socialmente responsabili europei e nordamericani (circa il 6% del flottante).

...E LA CORPORATE GOVERNANCE

La corporate governance di Pirelli si fonda su 3 elementi principali: la centralità del Consiglio di Amministrazione nella definizione dell'indirizzo strategico e nella supervisione del **management**, un efficace processo per la **gestione dei rischi**, una **politica di remunerazione del top management fortemente legata alla creazione di valore nel lungo periodo**.

Per quanto riguarda, in particolare, la gestione dei rischi, Pirelli ha fatto sì che il governo dei rischi che possano "interferire" o pregiudicare il raggiungimento degli obiettivi dell'impresa, ovvero intaccare **asset** aziendali strategici, diventasse parte integrante del processo di costruzione del piano industriale contribuendo, ad esempio, a definire i target.

I piani di incentivazione, poi, che coinvolgono tutto il management del Gruppo sono caratterizzati da un forte legame con gli obiettivi a medio/lungo termine. In primo luogo, oltre il 35% della retribuzione dei manager del Gruppo è di tipo variabile e di questa oltre il 70% è legata al conseguimento dei target finanziari del piano industriale 2011-2013.

Ufficio Stampa Pirelli – Tel. +39 02 64424270 – pressoffice@pirelli.com
Investor Relations Pirelli – Tel. +39 02 64422949 – ir@pirelli.com
www.pirelli.com