



PIAGGIO & C.s.p.a.



# Piaggio Veicoli Commerciali



Veicoli elettrici  
Esperienze e Prospettive

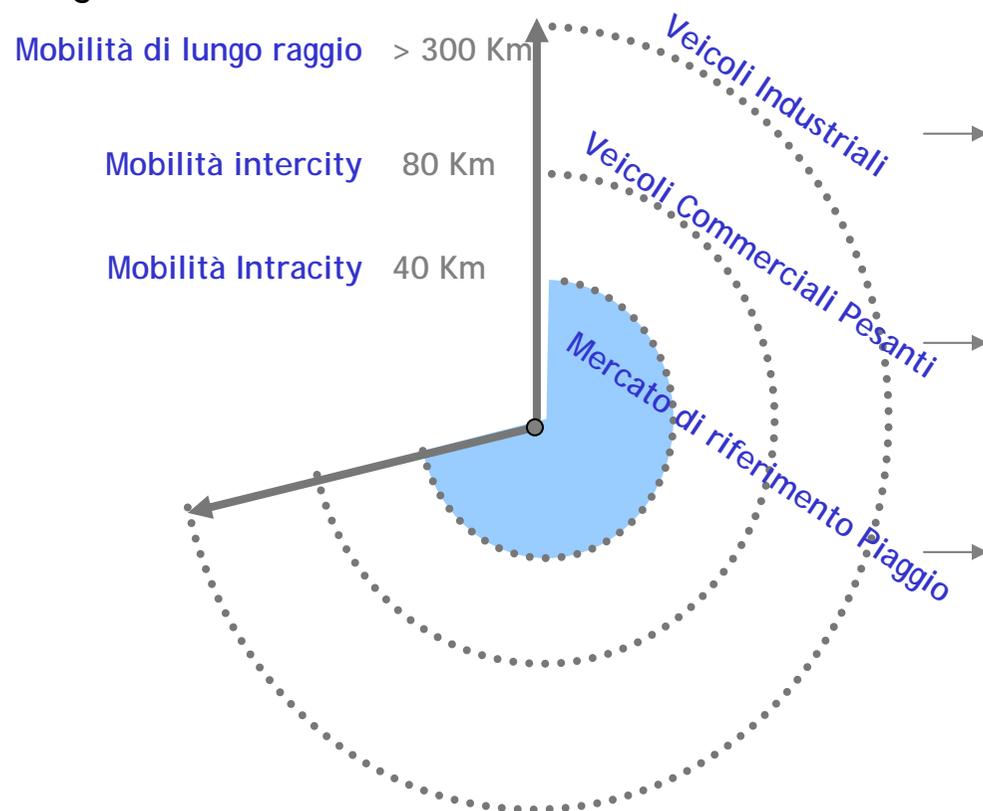
6 Maggio 2009

---

## Piaggio Veicoli Commerciali - Mission

Offrire soluzioni ai bisogni di mobilità professionale di corto raggio attraverso una gamma prodotta caratterizzata da veicoli compatti, maneggevoli, di grande portata ed ecologici.

### Bisogno



### Soluzione



## Presenza Internazionale

- 2 stabilimenti produzione veicoli
- 1 stabilimento produzione motori
- 35 mercati di presenza diretta



- 2 stabilimenti di produzione veicoli
- 35 mercati di presenza diretta
- Oltre 180.000 veicoli prodotti all'anno
- Realtà in forte crescita con fatturato di circa €400 milioni nel 2008, incrementato di oltre il 60% rispetto al 2004





## Attenzione all'Ecologia



1.300cc Eco-Power GPL Euro 4



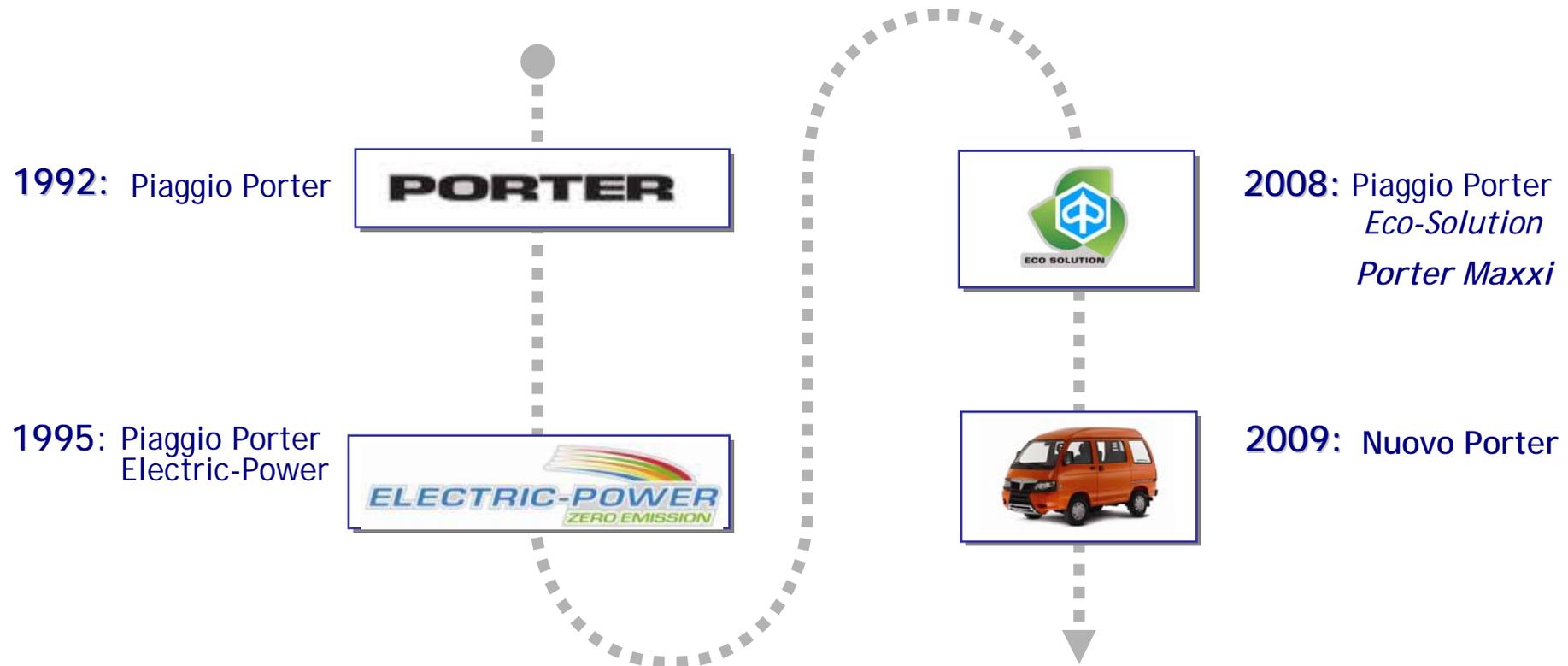
1.300cc Green-Power Metano Euro 4



Electric-Power



## Porter - Una lunga tradizione



PIAGGIO VEICOLI COMMERCIALI OFFRE IL VEICOLO PORTER ELETTRICO  
DAL 1995, CON OLTRE 5000 UNITÀ VENDUTE AD OGGI



## Caratteristiche del Prodotto

<b>CLASSE</b>	Veicolo Commerciale N1
<b>MOTORIZZAZIONE</b>	Electric-Power Zero Emission
<b>BATTERIE</b>	Piombo gel
-----	
<b>POTENZA</b>	10,5 kW a 96V
<b>VELOCITA' MASSIMA</b>	55 Km/h
<b>PORTATA</b>	450Kg (Pianale) - 560Kg (Furgone)
-----	
<b>AUTONOMIA</b>	110 Km con 1 ciclo di ricarica
<b>TEMPO DI RICARICA</b>	8 ore standard a 220 V 2 ore in ciclo rapido a 380 V

### Versioni

	Pianale standard e Pianale lungo
	Pianale ribaltabile
	Chassis
	Furgone
	Furgone Vetrato



## Punti di Forza

### VEICOLO COMMERCIALE PER AREE PROTETTE, ZONE PEDONALI E CENTRI STORICI

 Ideale negli spazi stretti



 Ottimo rapporto capacità di carico / spazio totale

 Zero Emissioni, rispetto dell'ambiente, operatività nei giorni di blocco del traffico

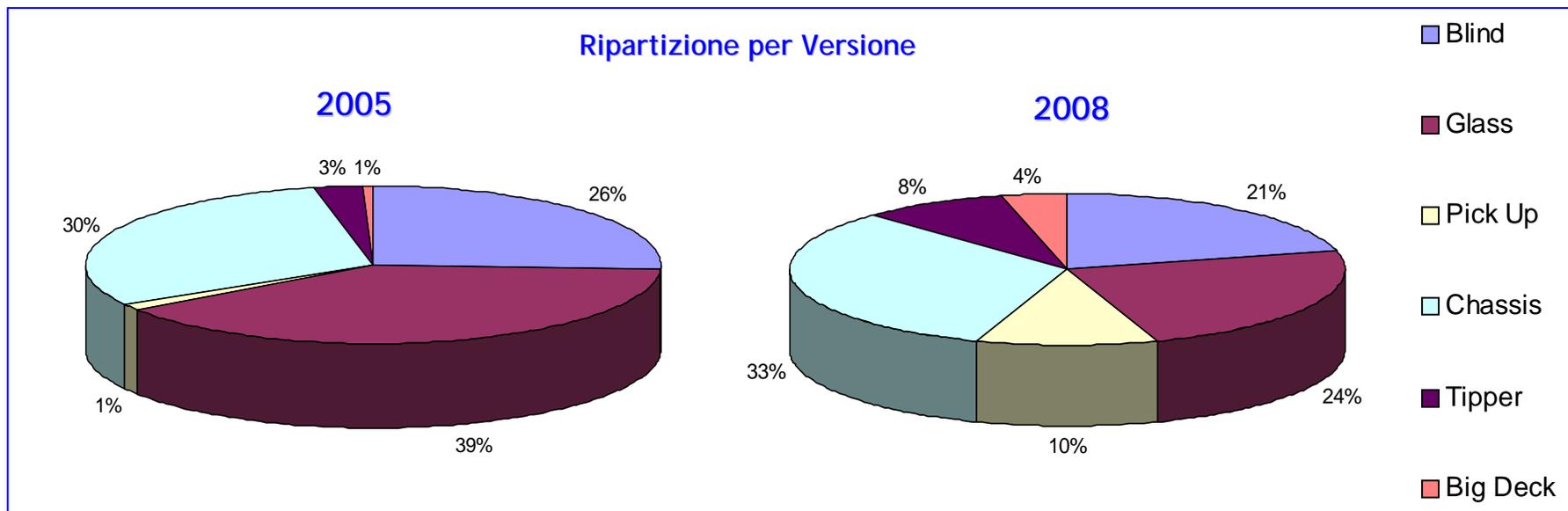
 Ottimizza il bilancio energetico e ambientale

 Veicolo ideale per valorizzare e promuovere il concetto di mobilità sostenibile



## Tipologia di cliente

Il cliente principale è Corporate, pubblico o privato, che acquista un veicolo Zero Emission capace di garantire **piena mobilità** e che è sensibile al concetto di mobilità sostenibile





## Impiego flotte presso clientela Corporate



Nell'Aprile 2009 sono stati consegnati i primi Porter Piaggio a trazione elettrica ai *Carabinieri di Siracusa* per svolgere attività di pubblica sicurezza nel Corso del G8 Ambientale

### Il Porter ecologico ai carabinieri

LA PIAGGIO ha consegnato 8 Porter Electric Power ai servizi tecnici del "G8 Ambiente" e al comando dei Carabinieri di Siracusa. La scelta di Porter Electric Power, in vista della Conferenza sul clima delle Nazioni Unite di Copenaghen, è il riconoscimento del costante impegno di Piaggio verso le tematiche ambientali.



Nell'Aprile 2009 sono stati venduti alla società spagnola *CESPA* 30 veicoli destinati al servizio di nettezza urbana





# Impiego flotte presso clientela Corporate



Nel 2009 sono stati consegnati alla società spagnola **FCC** 80 Porter Piaggio a trazione elettrica destinati al servizio di nettezza urbana



Nel 2008 sono stati consegnati 76 Porter Piaggio a trazione elettrica al **Comune di Reggio Emilia** per svolgere servizi tecnici dell'Ente Comunale

## E a Reggio Emilia i Piaggio elettrici

di SERGIO BRACCINI

**P**er una volta l'erba più verde è quella nostra. E a insidiarla sono pare tanto vicine proven-gnoltera, a Stati Uniti (tante altre che sono sgo Emilia (lo di mo- è venio al il titolo di "d' Euro- a serie di ri- di il presti- gioso GlobalE-Visionary Award WEVA, assegnato a livello mondiale dalla World Electric Vehicle Association alle città che si distinguono per l'impegno nel- l'uso e nella diffusione di veico- la zero emissioni in ambito ur- bano. O il Premio Best Practices, conferitogli a Montecarlo dal- l'agenzia internazionale per l'Energia dell'Hybrid & Electric Vehicle Implementing Agree- ment. Perché qui, lungo l'ea- gono allungo che racchiude

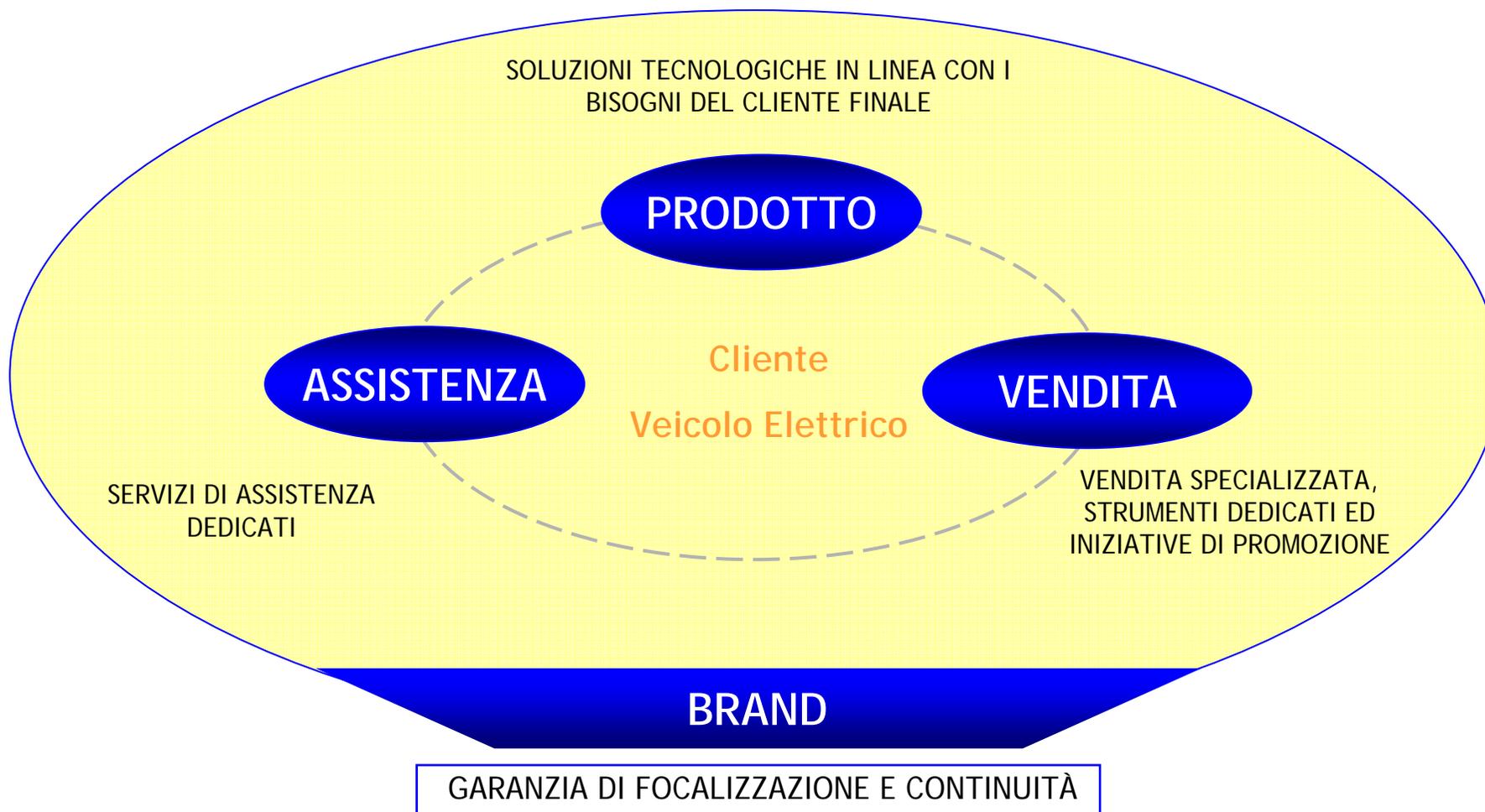


lavia Emilia, succisi affacciano le vetrine dei più bei negozi di Reg (Reggio, nell'arenato affa- letto locale), la piazza del teatro, corso Garibaldi e il parco otto- centesco dei giardini pubblici), dal 2000 a oggi - si fa un uso nor- male quotidiano di auto veico- la a trazione elettrica - spiega il sindaco Graziano Delrio - At- tualmente circolano « nel terri- torio del centro circa 250 mezzeg- giate da TIL, la società partici- pata dall'Ente (Azienda consorziale trasporti) specializzata nell'e- co-noleggio dei Porter, di cui Piaggio è fornitrice. E l'obietti- vo è superare quota 300 entro dicembre. Basta fare un giro nel sottop- luvio della città del tricolore per rendersi conto di quanto questa presenza silenziosa sia visibile: a usarsi sono aziende pubbliche e private, il Comune r'Psi) ma anche, pacificamente, idraulici, fioristi, per le attività di trasporto passeggeri, mercati e altri servizi. E i risultati sono im- portanti: Reggio ha evitato - solo nel 2007 - l'immissione nell'atmosfera di quasi 300 com- nellate di anidride carbonica (l'equivalente dell'assorbi- mento di CO2 di una foresta grande come il centro della città). E alla riduzione di emi- sioni inquinanti s'accompagna un forte calo della rumorosità. Per non dire dei risparmi sul costo del carburante, pari a cir- ca 60.000 euro annui. Un circolo virtuoso che fa di quella avviata in Emilia, coi contributi del ministero dell'Ambiente e la fattiva collaborazio- ne di Piaggio, una sperimentazio- ne che a questo punto può dirsi positivamente consolida- ta. « Si è trattato di una scelta ra- dicale, primo tassello - dice convinto il sindaco Delrio - di un vasto programma per la mobi- lità sostenibile e la qualità della vita in ambito urbano che punta alla diffusione dei veicoli elettrici anche agli operatori privati e ai singoli cittadini». At- tratti, questi ultimi, da tariffe abbordabili (250 euro al mese, comprensive di manutenzione e assicurazione, per un contrat- to di noleggio di almeno due an- ni) parcheggi gratuiti ovunque, accesso libero alle 24 ore possibi- li di circolare anche nei giorni di blocco totale del traffico, mica poco.





## Fattori Critici di Successo



## Fattori Critici di Successo: Prodotto

Identificare soluzioni tecnologiche che consentano di soddisfare i bisogni del cliente finale

### Driver di scelta del cliente

#### PRESTAZIONI

- Velocità
- Autonomia

#### FUNZIONALITA'

- Capacità di carico

#### GESTIONE

- Ciclo di vita delle batterie
- Ricarica (Flessibilità/Tempi)

#### PREZZO

#### MINORI EMISSIONI E MOBILITA' TOTALE

Cliente di OGGI	
Veicolo Non Elettrico	Veicolo Elettrico
+	—
+	—
+	—
NA	—
NA	—
—	+
—	+



**CLIENTELA DI NICCHIA, DISPOSTA A PAGARE UN PREMIUM PRICE PER AMBIENTE E MOBILITA'**



## Fattori Critici di Successo: Prodotto



## Fattori Critici di Successo: Prodotto

Il passaggio da una clientela di nicchia a una clientela allargata, anche privata, richiede importanti interventi sulle tecnologie e i relativi costi

- Tecnologie che consentano
  - Performance in linea con quelle delle motorizzazioni tradizionali
  - Tempi di ricarica veloci delle batterie
  - Sicurezza di gestione
- Fornitori in grado di offrire
  - Sistemi completi
  - Soluzioni standardizzate a costi più contenuti rispetto a quelli attuali
  - Flessibilità nel seguire le evoluzioni tecnologiche
- Politiche di
  - Promozione della Mobilità Sostenibile
  - Incentivo ai Veicoli Elettrici



## Fattori Critici di Successo: Vendita

Raggiungere il cliente finale attraverso una rete di vendita specializzata

- **COMPETENZE  
NELLA VENDITA**

Fornire ai rivenditori una **formazione specifica** sui veicoli elettrici che consenta di **trasferire al cliente finale, valorizzandoli, tutti i contenuti del prodotto**

- **PROMOZIONE**

Identificare le **migliori iniziative** di promozione del prodotto in un contesto di mobilità sostenibile, sfruttando al meglio anche il **vantaggio** offerto dall'attuale politica di incentivi statali

- **FORMULE ALTERNATIVE  
DI ACQUISTO**

Promuovere **modalità di acquisto** quali Leasing e Noleggio, che consentano una riduzione dell'esposizione



## Fattori Critici di Successo: Assistenza

### Garantire un capillare e competente servizio di assistenza

- **RETE DI ASSISTENZA**
  - Copertura capillare assicurata dalla presenza sul territorio della Rete del Gruppo Piaggio
  - Focalizzazione sulle aree di maggior concentrazione demografica e di diffusione di veicoli elettrici Piaggio
  - Investimenti da parte dei Dealers in attrezzature specifiche
- **FORMAZIONE “MECCATRONICA”**
  - Formazione di una rete specializzata capace di educare al corretto utilizzo del prodotto e garantire assistenza. In particolare:
    - GESTIONE MODALITA' USO E RICARICA BATTERIE
    - UTILIZZO SISTEMI DI DIAGNOSI
    - INTERVENTI SPECIFICI:
      - *Software/Interfaccia elettrica*
      - *Componente hardware (Motore elettrico)*



## Prospettive di sviluppo dei veicoli elettrici

- Crescente attenzione alle tematiche ambientali
- Blocchi al traffico
- Necessità di ottimizzare il bilancio energetico ed ambientale
- Creazione di infrastrutture dedicate



Londra:  
€10



Stoccolma:  
€6.5



Milano:  
€10



**SEGMENTO AD ELEVATO POTENZIALE DI CRESCITA**



## Porter Electric Power Evolution



*Ottimizzazione  
del Powertrain*

- Motore AC*
- Performance*
- Consumo Energia*



- Batterie al Litio*
- Peso*
- Payload*
- Durata*



## Applicazione della tecnologia più avanzata

*Nel 2009 sarà lanciata un'edizione limitata dell'Ape Calessino elettrico, in occasione del 60° anniversario di Ape*



- ✓ MOTORE ELETTRICO AC
- ✓ BATTERIE AL LITIO

---

**VELOCITÀ MASSIMA:** 50 km/h

**AUTONOMIA:** 80 km

**RICARICA:** 3 Ore





Piaggio Veicoli Commerciali intende mantenere un costante focus su iniziative e prodotti ecologici per continuare ad offrire le migliori soluzioni per la mobilità intracity

