

Pirelli annuncia investimenti per oltre 250 milioni di euro nei prossimi tre anni in America Latina - già inclusi nel piano industriale 2017-2020 presentato alla comunità finanziaria lo scorso anno in occasione dell'IPO - nell'ambito della sua strategia di azienda globale focalizzata su pneumatici Consumer del segmento High Value. L'annuncio è stato dato dal Vice Presidente Esecutivo e CEO Marco Tronchetti Provera, in occasione della presentazione del polo 4.0 di Feira de Santana nello stato brasiliano di Bahia, alla presenza del Senior Vice President Manufacturing Francesco Sala e del Senior Vice President Region Latam Paul Hembery.

In linea con la strategia di gruppo, gli investimenti saranno destinati alla costante modernizzazione degli impianti produttivi locali - come dimostra il polo di Bahia presentato oggi - e allo sviluppo dell'High Value (pneumatici Prestige, New Premium, Specialties e Super Specialties) anche attraverso la parziale riconversione della produzione Standard in High Value. Tale riconversione, realizzata nel triennio 2018-2020, rappresenterà circa il 20% della capacità High Value della region a fine 2020. Gli investimenti consentiranno di soddisfare la domanda di pneumatici alto di gamma sia dei mercati locali sia, in particolare, dell'area Nafta di cui il Brasile rappresenta una delle fonti integrate di approvvigionamento.

Negli ultimi 4 anni, Pirelli aveva già investito circa 250 milioni di euro in America Latina - in linea con il piano industriale 2013-2017 - per il costante aggiornamento tecnologico delle fabbriche, l'adeguamento degli impianti alla nuova produzione locale New Premium e l'avvio del progetto di digitalizzazione dei processi produttivi. Con ricavi nell'area Latam cresciuti lo scorso anno dell'11,1% a 915,7 milioni di euro, oggi il Sudamerica, dove Pirelli è presente da oltre un secolo e conta 5 fabbriche, rappresenta circa il 17% dei ricavi complessivi (pari a 5,35 miliardi di euro nel 2017) e una delle macroaree geografiche strategicamente più rilevanti del gruppo. L'attuale fabbrica di Feira de Santana, nello stato di Bahia, è l'insediamento produttivo più recente tra quelli detenuti da Pirelli in tutta l'area. Costruita nel 1976 e ampliata nel 2003 (in seguito all'ingresso nel perimetro di Pirelli nel 1986), la fabbrica ha sempre utilizzato i macchinari più moderni e i processi più avanzati e negli ultimi anni, in particolare nel corso del 2017, ha visto la sua attuale trasformazione nel primo polo tecnologico 4.0 di Pirelli in America Latina con nuovi processi digitalizzati e l'uso di tecnologie avanzate. Allo stesso modo, anche le altre fabbriche dell'area, sono progressivamente interessate dal processo di digitalizzazione e modernizzazione degli impianti, in linea con la strategia del gruppo.

"Il Latam è sempre stata un'area chiave per Pirelli. In Brasile, in particolare, vantiamo una presenza quasi centenaria, una straordinaria notorietà del brand e una conoscenza del mercato che ci permette di cogliere le tendenze dei consumatori e di offrire i prodotti più adeguati alle loro esigenze in tutte le fasce di mercato. Gli investimenti annunciati oggi

*permetteranno un ulteriore miglioramento degli standard produttivi delle fabbriche locali, in linea con la strategia globale High Value di Pirelli e con la sua digital transformation, che ne è parte integrante e che rappresenta oggi un elemento imprescindibile di competitività”, ha dichiarato **Marco Tronchetti Provera**, Vice Presidente Esecutivo e CEO di Pirelli.*

*“Pirelli inaugura una nuova fase in Latam con l’introduzione di nuove tecnologie, processi e macchinari avanzati che permetteranno di rispondere alla crescente domanda di prodotti a elevato contenuto tecnologico già in corso nel mercato, in particolare da parte delle case auto con una presenza locale. Grazie alla trasformazione digitale degli stabilimenti e alla focalizzazione sull’alto di gamma, Pirelli potrà rafforzare ulteriormente la propria leadership nel mercato Latam e in Brasile, dove da anni siamo insigniti del premio Top of Mind quale marchio più riconosciuto in tutti i settori”, ha dichiarato **Paul Hembery**, Senior Vice President Pirelli Latam. In Brasile, così come in Europa e Cina, Pirelli è leader nel mercato dei Ricambi dei pneumatici New Premium per Auto (con calettamento $\geq 18''$) e in quello Premium per Moto.*

La presenza di Pirelli nel Paese è supportata da una rete commerciale di oltre 2.000 punti vendita (oltre 2.300 in tutta l’America Latina destinati a crescere a circa 3.300 nel 2020) sui circa 14.600 in tutto il mondo. Il successo del suo marchio è testimoniato ormai da anni anche dal sondaggio di Datafolha Institute, dove Pirelli oltre a essere il marchio di pneumatici più famoso del paese è anche il marchio **Top of Mind**, cioè quello più noto per la popolazione maschile tra le imprese di tutti i segmenti. In Brasile il progetto sull’High Value ha già avuto inizio nel 2016. La prima parte del progetto è stata sviluppata principalmente a Feira de Santana, mentre quella successiva interesserà maggiormente la fabbrica di Campinas. Nella regione Latam, l’High Value è rappresentato dalla produzione di tutte le tipologie di pneumatici del segmento, con l’eccezione dei pneumatici Prestige e Velo. La fabbrica 4.0 di Feira de Santana tra Digital Transformation e Smart Manufacturing.

Per anticipare le necessità del mercato, gestire la complessità del business, migliorare costantemente il livello dei propri servizi e raggiungere efficacemente il consumatore finale, Pirelli è globalmente impegnata in un piano di trasformazione e rinnovamento che punta alla digitalizzazione dei processi di pianificazione, produzione, distribuzione e profilazione del consumatore. In tale piano rientrano quattro programmi interfunzionali: il Programma di forecasting integrato, che applica la Scienza dei Dati per offrire maggiore predittività della domanda; il Programma di Smart Manufacturing e Flexible Factory, per rispondere in modo sempre più veloce e flessibile alle richieste di consumatori, case auto e rete commerciale; il Programma di Supply Chain, che mira ad avvicinare sempre di più i consumatori anche con servizi personalizzati e il Programma Prestige, focalizzato sul consumatore finale Prestige. Il coinvolgimento della fabbrica di Feira de Santana nel programma di Smart Manufacturing e

Flexible Factory ha già portato alla sua trasformazione in una vera e propria fabbrica 4.0, un polo tecnologico per la produzione di pneumatici High Value in Sudamerica, così come già sta avvenendo anche per lo stabilimento di Campinas nello stato di Sao Paolo.

All'avanguardia in termini di processi e di sviluppo di prodotti, il Polo di Bahia contribuisce così all'obiettivo di una crescita costante dell'efficienza produttiva del mondo Pirelli. Il suo processo di digitalizzazione ha portato in fabbrica lo smart manufacturing permettendo di incrementare i risultati con l'utilizzo dei big data e la capacità di intervenire più velocemente nella risoluzione dei problemi. In particolare, grazie al lavoro di oltre 20 professionisti che hanno sviluppato numerose app di supporto al lavoro in fabbrica, Feira de Santana si è consolidato come luogo di lavoro agile e flessibile, in cui si opera con l'ausilio di tablet che permettono di non dover avere postazioni fisse e di rendere i processi più veloci. La digitalizzazione delle informazioni e l'incrocio dei dati raccolti, inoltre, consente di rendere i macchinari capaci di dare non solo un feedback sulle prestazioni di un processo in atto, ma anche un'anticipazione dei risultati (feedforward) o di una problematicità sulla base dei dati storici (machine learning). L'utilizzo del cloud computing, di strumenti open source e di programmi online che analizzano i dati per compiere previsioni future, infatti, sono gli altri elementi essenziali per affrontare la complessità e la velocità del mondo legato al manufacturing e che rendono lo stabilimento di Bahia tra quelli più tecnologicamente avanzati di Pirelli. La nuova Pirelli a livello globale. Dopo il processo di trasformazione che ha portato alla separazione del business Industrial, Pirelli è oggi non solo l'unico produttore di pneumatici specializzato esclusivamente sul business Consumer (pneumatici per Auto e Moto), ma anche un produttore con un posizionamento distintivo sui pneumatici High Value realizzati per raggiungere i massimi livelli in termini di prestazioni, sicurezza, silenziosità e aderenza al manto stradale.

Nel 2017, l'High Value ha rappresentato per Pirelli il 57,5% dei ricavi a livello globale, con un obiettivo di crescita al 63% nel 2020. Nell'ambito del segmento High Value Pirelli oggi ricopre una posizione di leadership nel comparto dei pneumatici Prestige, con una quota superiore a un terzo del mercato globale in termini di volumi, e nel comparto radiale del mercato dei Ricambi di pneumatici per Moto. Nel segmento High Value rientrano le seguenti categorie:

- Prestige: pneumatici progettati e sviluppati in partnership con le case automobilistiche appartenenti al segmento Auto Prestige (che tradizionalmente comprende case automobilistiche quali Ferrari, Lamborghini, Maserati, Bentley, Bugatti, Rolls Royce, Porsche, Aston Martin, McLaren e Pagani) e oggetto di specifica omologazione;
- New Premium: pneumatici con calettamento uguale o superiore ai 18 pollici, destinati

primariamente ma non esclusivamente ad autovetture appartenenti al segmento Auto Prestige e Auto Premium (che tradizionalmente ricomprende case automobilistiche quali BMW, Mercedes, Audi, Alfa Romeo, Jaguar, Land Rover, Infiniti, Lexus, Lincoln, Acura, Cadillac e Volvo). Fino alla fine del 2016 Pirelli identificava i pneumatici con calettamento uguale o superiore ai 17 pollici in pneumatici Premium. A partire dal primo semestre 2017, Pirelli ha ridefinito il perimetro dei pneumatici Premium in pneumatici con calettamento uguale o superiore ai 18 pollici, modificando conseguentemente la nomenclatura in New Premium;

- Specialties e Super Specialties: pneumatici a elevato contenuto tecnologico per autovetture di ogni classe, che rispondono alle esigenze di applicazioni specifiche (ad esempio Run Flat) o di personalizzazione (ad esempio i pneumatici "Color Edition") del consumatore finale, indipendentemente dalla dimensione del calettamento;
- Premium Moto: pneumatici per motociclette di fascia alta che assicurano elevate prestazioni.

A livello globale, a tali categorie si affiancano i prodotti e servizi per il mondo Velo (bicicletta), al quale Pirelli è tornato lo scorso anno, e per i veicoli connessi. Ne è esempio Pirelli Connesso, il pneumatico car dotato di un sensore che, attraverso una app sul cellulare, è in grado di aggiornare l'utente sulle proprie condizioni di usura, pressione e temperatura del pneumatico stesso e in grado di offrire servizi personalizzati, quali il car valet e assistenza da remoto. I pneumatici per bicicletta e il Pirelli Connesso al momento non sono disponibili in Latam. Più recentemente, per il canale del primo equipaggiamento, è stato presentato al Salone di Ginevra 2018 il "Cyber Car", una tecnologia che rileva i parametri di funzionamento del pneumatico e li trasmette all'intelligenza di bordo che può così adeguare ABS e il controllo di stabilità per una guida più sicura e performante. Già in sperimentazione con le maggiori case auto, la tecnologia è ormai pronta per l'uso e entro la fine dell'anno sarà disponibile per la prima volta su modelli sia elettrici sia tradizionali. Anche grazie a partnership consolidate con le più prestigiose case automobilistiche, Pirelli dispone oggi della più ampia gamma di pneumatici High Value, con oltre 2.160 omologazioni (delle oltre 2.740 in totale al 31 dicembre 2017). Ai prodotti High Value Pirelli destina la maggior parte dei propri investimenti in Ricerca & Sviluppo: nel 2017, infatti, oltre il 90% delle spese totali in Ricerca & Sviluppo è stato destinato a prodotti High Value, pari al 6,5% dei relativi ricavi, uno dei livelli più elevati tra i principali produttori di pneumatici a livello mondiale. Con 19 stabilimenti in 13 Paesi e una capacità complessiva a fine 2017 pari a circa 76 milioni di pneumatici per auto, già oggi oltre la metà (55%) della capacità produttiva Pirelli è idonea alla produzione di pneumatici High Value.