

## Vespa: brand da un miliardo di euro

**Londra - Pontedera, 4 dicembre 2023** – Di rilevanza mondiale e icona lifestyle, il brand Vespa è stato valutato oltre un miliardo di euro (1.079 milioni), con un incremento del 19% rispetto al valore del brand ottenuto nella precedente valutazione (906 milioni di euro nel 2021).

Questo è il risultato dello studio commissionato dal Gruppo Piaggio (PIA.MI) alla *global brand consultancy* Interbrand su Vespa. L'analisi dimostra la presenza globale di Vespa anche in termini di distintività, design, lifestyle e divertimento.

*«Il termine "iconico" è spesso abusato, ma non c'è davvero altro modo per definire questo brand», ha affermato Manfredi Ricca, Global Chief Strategy Officer di Interbrand. «Vespa è un brand storico ma in continua evoluzione; è profondamente italiano e amato a livello globale; è premium e allo stesso tempo inclusivo. Il nostro lavoro di valutazione non solo mette in numeri il successo di questo brand desiderato e richiesto, ma mostra anche che Vespa può incarnare valori come libertà e gioia di vivere, conquistando nuove arene oltre i confini della mobilità. La portata e il successo delle collaborazioni lo dimostrano.»*

Nel determinare il valore economico del brand Vespa, Interbrand ha utilizzato tecniche di valutazione proprietarie consolidate, incorporando nell'analisi finanziaria dati primari e studi quantitativi frutto di ricerche di mercato globali condotte nei 10 mercati di riferimento di Vespa (Italia, Francia, Germania, Spagna, USA, Vietnam, Thailandia, Indonesia, Cina e India).

Il brand Vespa conferma la propria **leadership nei mercati europei e ha incrementato la sua rilevanza negli Stati Uniti e in Asia, mostrando una crescita soprattutto in Indonesia**, Paese in cui il Gruppo Piaggio ha recentemente inaugurato un nuovo stabilimento per il mercato locale.

Lo studio conferma che Vespa trascende i confini funzionali della mobilità su due ruote, e rappresenta, nella percezione dei consumatori a livello globale, sia un'opportunità per esprimersi all'interno della propria community sia un oggetto di svago e divertimento. Infine, le recenti partnership con Dior, il film Disney Pixar Luca, Justin Bieber, Lego e in ultimo Mickey Mouse hanno contribuito a rafforzare ulteriormente il DNA unico del brand.

L'analisi dei **10 fattori che compongono la forza competitiva del brand** inclusi nello studio di Interbrand conferma che *affinity* e *distinctiveness* sono punti di forza per il brand Vespa, dimostrando non solo la profonda vicinanza tra questa icona e i suoi clienti, ma anche la sua capacità di creare una connessione emotiva con loro attraverso azioni fortemente differenziate e innovative.

In sintesi, Vespa si conferma un brand di moda e lifestyle su due ruote, proiettato verso il futuro con una chiara strategia di brand, seguito e amato da milioni di appassionati in tutto il mondo.

I risultati di queste valutazioni analitiche indicano che nel complesso scenario dell'attuale contesto macroeconomico, **il brand Vespa svolge la duplice funzione di mitigatore del rischio e di autentico acceleratore del business**. Una ulteriore conferma di questa doppia valenza arriva dal costante incremento della capacità del brand Vespa di indirizzare le

scelte dei consumatori in un settore che tradizionalmente privilegia driver di tipo funzionale. Un altro elemento chiave da considerare è anche il momento particolarmente positivo che sta vivendo il Gruppo Piaggio: nel 2022 ha infatti ottenuto risultati eccellenti raggiungendo il traguardo storico dei 2 miliardi di euro di fatturato, con una crescita del +25% rispetto all'anno precedente.

## **Gruppo Piaggio**

Fondato nel 1884, il Gruppo Piaggio è il principale produttore di scooter e moto d'Europa, nonché uno dei maggiori leader di settore a livello mondiale. Il Gruppo Piaggio è quotato in Borsa Italiana dal 2006 (PIA.MI) e ha tre principali linee di business: i veicoli a 2 e 3 ruote (scooter e moto), i veicoli commerciali leggeri e la divisione robotica (Piaggio Fast Forward) sviluppata a Boston. Il portfolio del Gruppo include alcuni dei marchi più iconici e rinomati dell'industria della mobilità leggera, quali Piaggio, Vespa, Moto Guzzi, Aprilia, Ape e Piaggio Commercial. Il Gruppo Piaggio conta oltre 6.600 dipendenti, distribuisce i propri prodotti in oltre 100 Paesi, ha otto stabilimenti industriali ubicati in Italia, India, Cina, Vietnam, Indonesia e America. Inoltre, il Gruppo ha quattro centri di ricerca e sviluppo con circa 1.000 dipendenti. Gruppo Piaggio [www.piaggiogroup.com](http://www.piaggiogroup.com)

## **Vespa**

Era il 1946 quando Vespa apparve sulle strade di una Europa tanto disastata dal recente conflitto quanto ricca di fermenti di rinascita e di creatività. Dopo settantasette anni di storia e oltre diciannove milioni di esemplari diffusi su tutte le strade di tutti i continenti, Vespa è un riferimento globale di stile, eleganza e tecnologia. Un brand conosciuto e amato in tutto il mondo che, con quasi due milioni di mezzi prodotti nell'ultimo decennio, sta vivendo uno dei periodi più felici della sua storia. [www.vespa.com](http://www.vespa.com)

## **Interbrand**

Da 50 anni Interbrand è leader mondiale nella brand consultancy, pioniera di progetti iconici che hanno contribuito a creare molti degli strumenti di branding diventati standard di settore. Ha progettato e realizzato la prima valutazione del brand al mondo nel 1988 ed è stata la prima società la cui metodologia di valutazione del brand è stata certificata in conformità allo standard ISO 10668 (requisiti per la valutazione monetaria dei brand), partecipando anche al suo sviluppo. Interbrand collabora con i brand più conosciuti al mondo, per ideare e creare "Iconic Moves", ossia quelle mosse coraggiose in grado di generare desiderio e utilità per i consumatori e profitti per i brand nel lungo periodo. Interbrand è parte di Omnicom Group.

**Per maggiori informazioni:**

### **Piaggio Group**

#### **Corporate Press Office**

**Diego Rancati**  
+39 366.6267720  
[diego.rancati@piaggio.com](mailto:diego.rancati@piaggio.com)

#### **Product Press Office**

**Paolo Pezzini**  
+39 02.319612.18  
[paolo.pezzini@piaggio.com](mailto:paolo.pezzini@piaggio.com)

#### **Investor Relations**

**Raffaele Lupotto**  
+39 0587.272286  
[investorrelations@piaggio.com](mailto:investorrelations@piaggio.com)

#### **Image Building**

+39 02 89011300  
[piaggio@imagebuilding.it](mailto:piaggio@imagebuilding.it)

### **Interbrand**

#### **Caterina Piras**

Marketing and Communication Manager  
T. +39 335.459507  
[caterina.piras@interbrand.com](mailto:caterina.piras@interbrand.com)