

Hankook Tire nel terzo trimestre 2010 ha registrato un aumento del 7,1% delle vendite globali consolidate, toccando gli 1,5 trilioni di KRW (1 miliardo di euro) nel corso del terzo trimestre del 2009. Il produttore di pneumatici prosegue la propria strategia di crescita sostenibile: i profitti operativi dell'azienda, nel terzo trimestre 2010, hanno toccato la quota record di 163,4 miliardi di KRW (106,9 milioni di euro). I prezzi delle materie prime, che, in alcuni casi, hanno registrato degli aumenti drammatici (+47% YoY), sono stati compensati dal miglioramento del mix di prodotti.

Hankook Tire ha recentemente ampliato il proprio portfolio di prodotti di primo equipaggiamento per le principali case automobilistiche mondiali, grazie anche ad un maggiore brand value e alla crescente fiducia dei consumatori nell'eccellente qualità rappresentata dal marchio. Grazie a tali risultati, quest'anno Hankook punta a raggiungere un obiettivo di vendite superiore ai 5 trilioni di KRW.

Seung Hwa Suh, vice presidente e CEO di Hankook Tire, ha dichiarato che "l'inarrestabile crescita di Hankook Tire risulta evidente dai risultati trimestrali pubblicati quest'anno". Mr Suh si è dichiarato certo che "al raggiungimento del 2011, anno del 70° anniversario aziendale, saremo in grado di raggiungere gli obiettivi fissati in precedenza e saremo pronti per una nuova era di crescita sostenibile".

Ancora una volta, i pneumatici Ultra High Performance (UHP) Hankook hanno rappresentato il volano della crescita a livello globale, con un aumento delle vendite del 30% su base annua. In particolare, il segmento ha registrato una crescita considerevole in Europa. Nella principale regione di vendita mondiale di Hankook Tire, le vendite di pneumatici UHP sono aumentate dell'11,4% rispetto al terzo trimestre del 2009. Anche le regioni dell'America meridionale e dell'Asia hanno fatto riscontrare ottimi risultati.

La crescente domanda di pneumatici Hankook nei mercati emergenti, quali l'America latina e, soprattutto, le regioni della CSI, ha contribuito ancora una volta in maniera significativa agli ottimi risultati del produttore. La crescita del 51,2% rispetto al trimestre precedente e del 28,7% rispetto allo stesso periodo del 2009 sottolineano con forza la crescente reputazione del marchio nei mercati della CSI. Anche in America latina la decisa strategia di mercato del produttore di pneumatici sta dando i suoi frutti, con una strepitosa crescita delle vendite pari al 72,5%.

Grazie al miglioramento dell'immagine del marchio Hankook tra i consumatori e le case automobilistiche, anche le attività commerciali con le principali case automobilistiche mondiali nel campo del primo equipaggiamento hanno fatto registrare un'ulteriore espansione. Con un aumento delle vendite dell'8% circa su base annua, il mercato europeo

sostiene in maniera significativa la crescita globale del produttore di pneumatici. In Europa, l'aumento di popolarità dei propri prodotti e servizi di alta qualità ha consentito inoltre all'azienda di aumentare in maniera consistente (+13,7% su base annua) le vendite totali di pneumatici Hankook "Made in Europe", realizzati nel proprio stabilimento Ungherese.

"L'Europa rappresenta probabilmente il mercato di pneumatici più esigente al mondo, dove la solidità delle prestazioni riveste una grande importanza", ha dichiarato Jin-Wook Choi, vice presidente esecutivo e responsabile europeo di Hankook Tire. "Il nostro successo, in particolare nel settore UHP, dimostra che i nostri clienti, al pari delle case automobilistiche e dei consumatori in generale, si affidano alla qualità del marchio Hankook", ha spiegato il signor Choi, che ha quindi concluso: "Ovviamente, siamo estremamente orgogliosi degli eccellenti sviluppi del nostro stabilimento produttivo europeo, la cui capacità attuale di 15.000 pneumatici al giorno raddoppierà entro la seconda metà del 2011".

 La relazione trimestrale di Hankook Tire può essere consultata o scaricata dal nostro  archivio aziende

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 11 / 2010