

Hankook Tire ha annunciato una crescita a doppia cifra nel corso del primo trimestre 2012, con vendite globali consolidate pari a 1,152 miliardi di euro (1,71 bilioni di KRW), raggiungendo un'incremento record del 17,1% su base annua. A dispetto della crisi economica e dell'erosione della profittabilità legata alla crescita dei prezzi delle materie prime, il profitto operativo di Hankook Tire in questo trimestre è aumentato a 158,6 milioni di euro (235,3 miliardi di KRW), con una crescita su base annua del 21,5%.

La strepitosa performance di Hankook Tire nel primo trimestre è stata stimolata da una crescita forte ed accelerata nei suoi principali mercati di riferimento, tra cui l'Europa, l'America settentrionale e paesi ad economie emergenti. In Europa e in America settentrionale, responsabili rispettivamente del 26,7% e del 19,8% del fatturato totale, la crescita delle vendite è avvenuta al ritmo del 37% e del 31% in ciascuna regione, segnando il record assoluto dal momento dell'ingresso in questi mercati. Le vendite nei mercati emergenti, tra cui l'America meridionale e l'Asia sud-orientale, sono a loro volta cresciute del 32,8%, a dimostrazione della rapida crescita della presenza nel mercato di Hankook Tire.

Il miglioramento del brand value dell'azienda in qualità di produttore di pneumatici premium ha giocato un ruolo essenziale nel raggiungimento di risultati solidi e sostenibili. In particolare, la qualità dei prodotti e l'innovazione tecnologica hanno permesso ad Hankook Tire crescere costantemente nei segmenti premium, sia nel settore dei pneumatici UHP (Ultra High Performance) che OEM (primo equipaggiamento).

L'Europa e l'America settentrionale, patrie di numerose case automobilistiche premium, hanno guidato la crescita delle vendite di pneumatici UHP nelle varie regioni, rispettivamente con tassi del 45,2% e del 33,9%. Nelle economie emergenti, la richiesta di pneumatici UHP ha proseguito a sua volta il proprio momento positivo, di pari passo con la rapida crescita del mercato dell'automotive. Inoltre, Hankook ha ampliato costantemente il proprio portafoglio OEM, fornendo pneumatici a case automobilistiche premium, come ad esempio per la nuovissima BMW Serie 3, che succede alla MINI ed alla nuova Serie 1.

“Hankook Tire, nel primo trimestre, ha vissuto una crescita positiva a doppia cifra nelle proprie vendite globali. A dispetto della perdurante crisi economica siamo stati in grado di ottenere una crescita nelle vendite globali e nel profitto operativo, grazie ad un miglioramento effettivo della qualità dei pneumatici e ad un aumento del valore del marchio”, dichiara Seung-Hwa Suh, Vicepresidente & CEO globale di Hankook Tire, che prosegue: “Sfrutteremo questo momento di crescita quale spunto per continuare a rafforzare il nostro brand value e soddisfare i nostri clienti, connotandoci come produttore di pneumatici leader globale attraverso intense attività di marketing e comunicazione”.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 4 / 05 / 2012