

Pirelli ha presentato la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2012. Il primo semestre dell'anno evidenzia una crescita dei principali indicatori economici e della redditività rispetto al corrispondente periodo 2011, pur a fronte del rallentamento dello scenario macroeconomico, acutizzatosi nel secondo trimestre. La strategia di focalizzazione sul segmento Premium, che si conferma in crescita, il rafforzamento della presenza produttiva e commerciale nelle economie a rapido sviluppo e con una più favorevole dinamica della domanda, hanno permesso di controbilanciare gli impatti negativi sui volumi di vendita, determinando un ulteriore incremento della redditività.

In tale strategia si inseriscono l'accordo siglato con [!\[\]\(666e09182d4cd268646ea700ea60dcdf_img.jpg\) PT Astra Otoparts](#) per la costruzione di una fabbrica pneumatici moto convenzionali in Indonesia, l'avvio della produzione in Messico - dove nel corso del secondo trimestre è stato inaugurato lo stabilimento di Silao, al servizio dell'intera area Nafta- e l'acquisizione, avvenuta nel corso del secondo trimestre, di catene commerciali in [!\[\]\(1ef1ef0bf9af6c6996401964cf280f2d_img.jpg\) Brasile](#) e in [!\[\]\(e9a80c8557f9285916925bd4ac40fff5_img.jpg\) Svezia](#).

I ricavi consolidati al 30 giugno 2012 sono pari a 3.021,8 milioni di euro, in aumento dell'8,3% rispetto ai 2.789,3 milioni di euro del primo semestre 2011. Il risultato operativo (Ebit) post oneri di ristrutturazione consolidato è pari a 400,7 milioni di euro, con una crescita del 38,1% rispetto ai 290,1 milioni di euro del primo semestre 2011 e un'incidenza sui ricavi (Ebit margin) in miglioramento al 13,3% rispetto al 10,4% del primo semestre 2011. Il risultato netto è pari a 221,7 milioni di euro e mostra una crescita del 39,6% rispetto ai 158,8 milioni di euro del primo semestre 2011.

La posizione finanziaria netta consolidata è passiva per 1.702,7 milioni di euro (negativa per 1.305,0 milioni a fine marzo 2012) e riflette, tra l'altro, il pagamento di dividendi per 132,3 milioni di euro da parte della capogruppo l'acquisizione per complessivi 106,2 milioni di euro delle catene retail [!\[\]\(d66ff64371a51729ac8c1cdaa685ba6f_img.jpg\) Campneus in Brasile](#) e [!\[\]\(0f31ebba7abcd47777e178db26f29705_img.jpg\) Däckia in Svezia](#) e investimenti per 114,8 milioni di euro.

L'attività Tyre, che con il 99% delle vendite rappresenta il core business del gruppo, mostra risultati economici in crescita grazie alla strategia di Pirelli di focalizzazione nel business Consumer sul segmento Premium che oltre a presentare margini di redditività più elevati si conferma il segmento a maggiore tenuta anche nelle aree più colpite dalla crisi macroeconomica. Questa strategia contrasta efficacemente il rallentamento complessivo della domanda collegato al deterioramento dello scenario macroeconomico, i cui riflessi in termini di volumi di attività sono particolarmente evidenti nella parte Industrial, maggiormente esposta ai cicli congiunturali. A dimostrazione di tale efficacia, la redditività in entrambi i segmenti di business è aumentata nel corso del primo semestre 2012: in particolare, nel business consumer la redditività (Ebit margin) è salita al 15,0% dal 12,4%

del 30 giugno 2011, mentre nel segmento Industrial la redditività è salita al 10,2% (8,7% al 30 giugno 2011), nonostante un calo dei ricavi.

Per quanto riguarda il segmento Premium, in particolare, i ricavi nel primo semestre registrano una crescita complessiva del 26% a 1.086,9 milioni di euro. Nel solo business Car i ricavi Premium del semestre si attestano al 50,5% del totale, con una crescita di circa 4,5 punti percentuali rispetto al 45,9% dello stesso periodo 2011.

Sul fronte dei prodotti Premium, nel semestre Pirelli ha lanciato il  [Cinturato P7 Blue](#), il primo pneumatico in assoluto ad ottenere l'etichetta europea doppia "A" grazie ai ridotti spazi di frenata sul bagnato e alla bassa rolling resistance. Il P7 Blue - destinato esclusivamente al canale ricambio - arricchisce la gamma di prodotti Premium di Pirelli. Per quanto riguarda, invece, i pneumatici invernali, Pirelli ha lanciato lo Scorpion Winter, prodotto sviluppato per i SUV e Crossover, grazie a soluzioni e tecnologie innovative.

Per ulteriori informazioni consulta la sezione  Numeri & Fatti

© riproduzione riservata
pubblicato il 14 / 08 / 2012