

Pirelli ha pubblicato i risultati dei primi nove mesi dell'anno, che evidenziano una crescita dei principali indicatori economici, in particolare della redditività rispetto al corrispondente periodo 2011, pur a fronte del rallentamento dello scenario macroeconomico, acuitosi nel terzo trimestre. Gli impatti negativi della crisi sui volumi di vendita sono stati infatti controbilanciati dal gruppo grazie al positivo andamento della gamma Premium Pirelli, nonché dal rafforzamento della presenza produttiva e commerciale nelle economie a rapido sviluppo e con una più favorevole dinamica della domanda, elementi che hanno determinato un significativo incremento della redditività.

A livello consolidato, i ricavi dei primi nove mesi sono stati pari a 4.574,1 milioni di euro, in aumento del 7,2% rispetto ai 4.265,8 milioni di euro del settembre 2011 e il risultato operativo (Ebit) ammonta a 592,8 milioni di euro (superiore a quanto registrato nell'intero 2011), con una crescita del 31,4% rispetto ai 451,2 milioni di euro dello scorso anno e una redditività (margine Ebit) cresciuta al 13% (+2,4 punti percentuali rispetto al dato al 30 settembre 2011). Il risultato netto è pari a 308,3 milioni di euro, in crescita del 22,7% rispetto ai 251,3 milioni di euro del 30 settembre 2011. Nel terzo trimestre 2012, in particolare, Pirelli ha registrato vendite pari a 1.552,3 milioni di euro, in crescita del 5,1%, e un risultato operativo pari a 192,1 milioni di euro (+19,2% sul pari periodo 2011), con una redditività in aumento di 1,5 punti percentuali al 12,4%.

L'andamento positivo dei risultati è particolarmente significativo tenuto conto della complessiva riduzione dei volumi di vendita dell'attività tyre, in calo del 6,8% nel corso dei primi nove mesi per le persistenti difficoltà dello scenario macroeconomico globale, in particolare nei Paesi dell'Europa meridionale. I risultati confermano pertanto l'efficacia della strategia di focalizzazione sul segmento Premium. In tale segmento, in cui Pirelli mira alla leadership globale al 2015, l'andamento dei volumi nel terzo trimestre (+12,5%) è risultato in linea con i trimestri precedenti e porta a una crescita progressiva dei volumi Premium nel corso dei primi nove mesi pari al 13,5%, con un fatturato in crescita del 23,5% a 1.612,3 milioni di euro.

L'efficacia della strategia Premium nel contrastare il rallentamento complessivo della domanda è dimostrata in particolare dalla crescita della redditività nel business Consumer, che nei primi nove mesi è aumentata di due punti percentuali al 14,5%. Positivo anche l'andamento della redditività del business Industrial che, sebbene maggiormente colpito dagli effetti della crisi poiché più esposto ai cicli congiunturali, mostra una redditività in crescita nei primi nove mesi di 1,4 punti percentuali al 10,5%, grazie alle efficienze e a minori costi legati alle materie prime.

In linea con il proprio piano industriale - che prevede l'incremento della capacità Premium,

l'ulteriore espansione della presenza in Paesi a rapido sviluppo e con una più favorevole dinamica della domanda e il rafforzamento della presenza commerciale internazionale - nei primi nove mesi Pirelli ha realizzato investimenti per 327,4 milioni di euro, oltre a 277,1 milioni di euro di investimenti finanziari destinati all'acquisizione degli stabilimenti russi di [Kirov e Voronezh](#) (170,9 milioni di euro) e di due catene di distribuzione in [Brasile](#) e [Svezia](#) (106,2 milioni di euro). Tali elementi, unitamente al pagamento di dividendi agli azionisti per 132,3 milioni di euro e all'andamento complessivo del circolante, hanno determinato una posizione finanziaria netta a fine settembre 2012 negativa per 1.868,8 milioni di euro, rispetto a -1.702,7 milioni di euro a giugno 2012 e -737,1 milioni a dicembre 2011.

In assenza di eventi allo stato non prevedibili, Pirelli prevede un target 2012 di redditività pari a circa 800 milioni di euro, pur a fronte dell'accelerata riduzione della produzione non Premium e del deterioramento dello scenario macroeconomico, in particolare in Europa. Tale risultato sarà raggiunto grazie alla focalizzazione sui prodotti Premium, la cui crescita si conferma sostenuta in particolare nelle economie a rapido sviluppo, alla stabile politica dei prezzi, al piano di efficienze portato a 155 milioni di euro (da 150 milioni di euro) e alla riduzione dei costi, in particolare delle materie prime. Tali azioni consentono di aumentare il target di marginalità (margine Ebit) al 13% rispetto al precedente "superiore al 12%". Per effetto di un più rapido disimpegno dal segmento standard e del rallentamento dello scenario macroeconomico europeo, il target dei volumi complessivo viene ridotto a -5%/-5,5% dal precedente -3/-4% con un target dei volumi Premium rivisto a +17%/+18% dal precedente +20%, mentre il price/mix è previsto superiore a +11% (+11%/+12% il precedente target). E' inoltre prevista la riduzione della produzione standard in Russia, con una conseguente riduzione delle vendite a circa 200 milioni di euro (250 milioni il precedente target). Tali elementi, unitamente all'impatto negativo dell'effetto cambi (-1%), determinano una previsione di fatturato 2012 pari a circa 6,15 miliardi di euro, rivisto dal precedente obiettivo pari a circa 6,4 miliardi di euro. La posizione finanziaria netta è prevista passiva per un ammontare uguale o maggiore di 1,2 miliardi di euro dopo il pagamento dei dividendi (inferiore a 1,1 miliardi di euro il precedente target), in considerazione del livello di vendite e di attività operativa in Europa, che porterà le scorte al livello ottimale entro il primo trimestre 2013. Gli investimenti sono confermati inferiori a 500 milioni di euro.

[×](#) Per leggere o scaricare la presentazione dei risultati dei primi nove mesi 2012 di Pirelli, visita la sezione [Numeri & Fatti](#)

© riproduzione riservata
pubblicato il 13 / 11 / 2012

