

Toyo Tire & Rubber ha annunciato i risultati dell'anno fiscale 2014. Le vendite nette sono pari a 393,782 miliardi di yen (pari a 2,7 miliardi di euro) con un incremento del 6,4% rispetto allo stesso periodo del 2013, mentre il risultato operativo è arrivato a 47,510 miliardi di yen (325,8 milioni di euro), con un incremento del 27,6% rispetto al 2013. L'utile ordinario è di 46,543 miliardi di yen, ovvero 319,2 milioni di euro, con un +21,5% rispetto all'anno precedente mentre l'utile netto di 31,240 miliardi di yen (214,2 milioni di euro) significa un aumento del 169,4% rispetto allo stesso periodo del 2013.

Il settore pneumatici registra un fatturato di 312,208 miliardi di yen (2,141 miliardi di euro), dato che permette a Toyo di presentare un aumento del 7,8% rispetto al 2013, mentre il risultato operativo di 45.318 milioni di yen (310,8 milioni di euro) significa un incremento del 34,1% rispetto allo scorso anno.

Nel segmento del primo equipaggiamento per il mercato interno giapponese, le vendite di auto si sono mantenute allo stesso livello dell'anno precedente, perché l'aumento dell'Iva sperimentato a partire dal primo di aprile ha rallentato le vendite a partire da quella data, ma le ha anche spinte precedentemente. Tuttavia, sia le vendite di unità che le vendite nette sono diminuite rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Nel mercato del ricambio interno le vendite sono aumentate, grazie ai nuovi prodotti presentati e all'ampliamento della gamma per minivan Tranpath, di successo nel paese. Tuttavia, a causa del declino dei prezzi di mercato e di altri fattori, le vendite nette sono rimaste allo stesso livello rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Nel mercato del ricambio per i mercati esteri, Toyo ha ottenuto risultati interessanti. In Nord America, grazie alle forti vendite di automobili negli Stati Uniti dovute alla ripresa economica, sia le unità vendute che le vendite nette hanno superato quelle dello stesso periodo dello scorso anno. I pneumatici SUV ad alto valore aggiunto, quelli per trasporto leggero e i pneumatici di punta Open Country A/T II e Nitto Terra Grappler sono stati molto importanti in questa crescita. In Europa, le vendite unitarie e le vendite nette hanno superato quelli dello stesso periodo dello scorso anno grazie alle forti vendite del Proxes CF2 e del Nanoenergy 3, pneumatico a basso consumo di carburante. In Russia un mercato favorevole ha aiutato la società, che ha anche aumentato gli sforzi per acquisire nuovi clienti. In Cina, le vendite nette hanno eclissato quelle dello stesso periodo di un anno fa, ma a causa di un calo dei prezzi di mercato e di altri fattori, le vendite nette sono rimaste allo stesso livello rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Come risultato, i volumi e il fatturato netto è aumentato rispetto allo stesso periodo dello scorso anno per i mercati esteri nel complesso.

Il PDF completo è disponibile alla nostra pagina [**AZIENDE**](#)

© riproduzione riservata
pubblicato il 16 / 02 / 2015