

Michelin ha pubblicato gli ottimi risultati finanziari del 2015. Le **vendite nette** sono cresciute dell'8,4%, passando da 19,553 miliardi a 21,199 miliardi, grazie a diversi fattori, tra i quali l'aumento del 3,2% dei volumi di vendita, che ha inciso per 624 milioni di euro e ha superato la crescita del mercato, il consolidamento di Sascar, il leader brasiliano della gestione digitale delle flotte, che ha avuto un impatto favorevole per 256 milioni di euro e un impatto positivo dei cambi valuta pari a 1,453 miliardi di euro. A compensare questi ottimi risultati ci ha pensato il price mix, che ha avuto un impatto negativo per 687 milioni di euro. Gli adeguamenti di prezzo hanno ridotto le vendite per 715 milioni di euro, di cui un terzo corrisponde all'applicazione delle clausole di indicizzazione dei prezzi delle materie prime.

Il **risultato operativo** prima delle imposte non ricorrenti è stato pari a 2,577 miliardi di euro, pari al 12,2% delle vendite nette, rispetto ai 2,170 miliardi e 11,1% registrato nel 2014. I 370 milioni di euro di spese non ricorrenti sono consistiti principalmente in costi di ristrutturazione legati al progetto di miglioramento della competitività del Gruppo, in particolare in Europa. **L'utile netto** è stato di 1,163 miliardi, in aumento del 12,8% rispetto agli 1,031 miliardi del 2014.

Analizzando le vendite per **segmento**, sono cresciute sia quelle dei pneumatici per autovettura che quelle truck, passando rispettivamente da 10,498 a 12,028 miliardi e da 6,082 a 6,229 miliardi. Le vendite di pneumatici speciali sono invece diminuite leggermente, passando da 2,973 miliardi a 2,942. L'equipaggiamento originale dei pneumatici per vettura e autocarro leggero è cresciuto in tutti i mercati tranne l'America Latina, con l'Europa (esclusa Russia/ paesi CSI) e l'Africa e il Middle east che hanno presentato i risultati migliori: 7 e 8% rispettivamente. Il mercato del ricambio è cresciuto in tutto il mondo. Il segmento equipaggiamento originale truck è cresciuto molto in Europa e Africa, ma è diminuito in Asia e Sud America. Anche quello del ricambio truck è calato negli stessi paesi, performando bene in Europa e Nord America.

Per il **2016** l'azienda francese si aspetta un'ulteriore crescita, sostenuta soprattutto dai segmenti autovettura /autocarri leggeri e truck, che è previsto in aumento nei mercati maturi e in linea nei nuovi mercati. La domanda di pneumatici speciali sarà ancora affetta dal calo del settore minerario. Michelin si aspetta, quindi, una crescita in linea almeno con il mercato. Per il 2016-2020 il gruppo ha fissato anche obiettivi ambiziosi in termini di margine operativo ante oneri non ricorrenti, compreso tra l'11 e il 15% per le autovetture e autocarri leggeri, il 9 e il 13% per il truck e il 17 e 24% per il segmento speciale.

Jean-Dominique Senard, Chief Executive Officer di Michelin, ha detto: "Nel 2015 abbiamo ottenuto una crescita migliore di quella del mercato, guadagnando quote in tutti i nostri businesses, grazie alla qualità dell'offerta del gruppo. Guardando al 2016 e oltre, dobbiamo

continuare a focalizzarci in 4 aree - migliorare il servizio al cliente, razionalizzare le procedure operative, implementare soluzioni digitali e aumentare la responsabilizzazione dei nostri team. Il gruppo è sulla buona strada per crescere.”

- Per rimanere sempre aggiornato sui risultati finanziari delle aziende del settore pneumatici, non perdere la nostra pagina Aziende! clicca qui: [“pagina aziende”](#)



© riproduzione riservata
pubblicato il 17 / 02 / 2016