

Bridgestone ha annunciato i risultati finanziari del 2012, che, pur rimanendo positivi, evidenziano un drammatico calo degli indicatori in Europa. Per Bridgestone l'esercizio 2012 ha complessivamente subito l'influsso negativo dei prezzi alti delle materie prime e del rafforzamento dello yen. I ricavi globali sono rimasti pressoché stabili rispetto al 2011 (+1%) a 3.039,7 miliardi di yen (29,7 miliardi di euro); il risultato operativo è stato di 285,9 miliardi di yen, pari a 2,79 miliardi di euro (+49%) e il risultato netto di 171,6 miliardi di yen, pari a 1,67 miliardi di euro (+67%). Il fatturato riconducibile al mercato europeo ha però perso il 15,6% a 349 miliardi di yen (3,4 miliardi di euro), con un risultato operativo a 1,8 miliardi di yen (-84,1%).

Descrivendo l'andamento delle vendite, il produttore giapponese spiega che il mercato giapponese da un lato ha evidenziato una crescita della domanda per i lavori di ricostruzioni successivi al terremoto, dall'altro ha subito gli effetti della crisi economica globale. Gli Stati Uniti hanno continuato ad alternarsi tra ripresa e recessione e l'Europa ha accusato fortemente il colpo della crisi finanziaria. Infine anche l'espansione economica dell'Asia ha mostrato i segni di un rallentamento, soprattutto in Cina e India.

Nonostante le impegnative condizioni del mercato, Bridgestone ha orgogliosamente mantenuto fede al suo obiettivo ultimo di essere "il numero 1 indiscusso al mondo nel settore dei pneumatici, di nome e di fatto", conservando anche una buona distanza dai risultati dei competitor.

Bridgestone ha dichiarato inoltre degli ambiziosi obiettivi per il 2013, pur sottolineando che è necessario continuare a seguire con prudenza fattori come le fluttuazioni dei tassi di cambio, i prezzi delle materie prime e l'incertezza dello scenario politico ed economico internazionale.

Nel 2013 Bridgestone punta ad aumentare i ricavi del 17% a 3.550 miliardi di yen, con un risultato operativo di 382 miliardi (+34%) e netto di 235 miliardi di yen (+37%). Secondo le previsioni anche in Europa le vendite dovrebbero aumentare del 17%, con un risultato operativo addirittura a +606%.

Per mantenere la leadership mondiale Bridgestone intende continuare la propria espansione strategica di prodotti e di business. Ciò si traduce nell'implementazione delle tecnologie più innovative per produrre nuovi pneumatici vettura runflat, UHP e invernali. Nel segmento autocarro e autobus il produttore giapponese intende invece trovare soluzioni che puntano all'ottimizzazione dei costi, alla sicurezza e al rispetto ambientale con la ricostruzione e mirando soprattutto alla forte crescita dei mercati emergenti. Nel settore OTR sono inoltre stati previsti degli investimenti per la costruzione di fabbriche in Nord America e in

Tailandia.

© riproduzione riservata
pubblicato il 18 / 02 / 2013