

Durante il primo trimestre dell'anno fiscale 2014, Michelin ha registrato un aumento del 3,4% nei volumi, con uno slancio nel segmento del primo equipaggiamento e una veloce crescita nel settore dei pneumatici truck. Le deboli vendite di pneumatici nel segmento minerario sono state invece compensate dalla crescita nel settore dell'aviazione e dei pneumatici per le due ruote, all'interno del segmento dei pneumatici speciali. Tuttavia, questo aumento dei volumi non si traduce in vendite nette superiori.

In generale, le vendite del gruppo Michelin sono diminuite del 2,4% anno su anno nel periodo gennaio- marzo, con le vendite (e la relativa distribuzione) di pneumatici per autovetture e autocarri leggeri in diminuzione del 2,4%, 2,52 miliardi di euro, le vendite di pneumatici truck (e la relativa distribuzione) in calo del 1,0% a 1,46 miliardi di euro e le vendite nei business speciali calate del 5,2% a 775 milioni di euro. Nel complesso del primo trimestre 2014 le vendite nette sono pari a 4,76 miliardi di euro. Un mix di prezzo leggermente negativo è stato rilevato nel corso del trimestre e Michelin riporta un effetto cambio negativo dovuto all'euro forte per un 4,6%.

La domanda per l'equipaggiamento originale di autovetture e autocarri leggeri è salita del 6% in Europa nel primo trimestre dell'anno a causa di un aumento della produzione delle case automobilistiche. I mercati in Europa orientale hanno perso il 6% anno su anno, a causa del rallentamento economico in Russia e dell'instabilità politica in Ucraina. Il mercato nordamericano ha guadagnato il 5%, poiché i consumatori hanno continuato a sostituire le auto datate. In Asia (esclusa l'India) la domanda è cresciuta dell'8% complessivo, ma la crescita varia da mercato a mercato. È rimasta molto robusta in Cina, al 12%, ma ha vacillato nel sud-est asiatico, dove la domanda è scesa del 9% a causa della situazione politica in Thailandia. Il mercato giapponese è salito notevolmente, trainato dagli acquisti in vista dell'aumento dell'IVA il primo aprile. Il mercato sudamericano è calato complessivamente dell'8% nel primo trimestre, in un contesto economico misto.

La domanda di sostituzione di pneumatici per autovetture e autocarri leggeri in Europa è salita del 4% nel corso del trimestre; in particolare, in Europa occidentale è aumentata del 7%, a fronte dei minimi storici osservati nel primo trimestre del 2013; il mercato dell'Europa dell'Est si è contratto dell'8%, sempre a causa della situazione politica ed economica in Russia e Ucraina. La crescita del 7% nel mercato nordamericano riflette un aumento delle importazioni, una domanda sostenuta, in particolare in Canada, e l'ambiente competitivo, soprattutto nel mid-market. In Asia (esclusa l'India) la domanda è cresciuta dell'11% complessivo. Il mercato è cresciuto dell'11% in Cina, sostenuto dalla domanda di mobilità e il calo dei tassi di risparmio, e del 21% in Giappone, sollevato dagli acquisti in vista dell'aumento dell'IVA e da un clima invernale rigido. La domanda in America del Sud è aumentata del 6%, guidata dai mercati del Brasile, Colombia e Argentina.

Per quello che riguarda gli autocarri, in Europa occidentale la domanda di pneumatici per autocarri in equipaggiamento originale è aumentata dell'8%, riflettendo le immatricolazioni di autocarri acquistati in vista dell'applicazione delle norme sulle emissioni Euro VI il 1 ° gennaio 2014. Tale crescita è stata contrastata da un calo anno su anno del 40% nei mercati dell'Europa dell'Est. Il mercato nordamericano è salito del 6%, con un mix migliorato grazie alla crescita più rapida nel segmento di classe 8. La domanda di gomme radiali e a tele incrociate in Asia (escluso India) sono aumentate dell'11% nel complesso, con un aumento del 13% in Cina. Nel Sud-Est asiatico, la situazione in Thailandia e altri fattori hanno spinto la domanda verso il basso del 12%. In Sud America, il mercato ha continuato a spostarsi verso l'alto guadagnando dieci punti percentuali.

I pneumatici movimento terra: l'industria mineraria è cresciuta nel suo complesso nel primo trimestre 2014, ma il mercato dei pneumatici minerari rimane tendenzialmente quello osservato nell'ultimo trimestre del 2013. La domanda di equipaggiamenti originali si è risolledata nei mercati maturi, potenziato da un aumento della produzione.

La domanda di pneumatici agricoli in primo equipaggiamento si è abbassata a causa del calo delle vendite di macchine agricole. Il mercato di sostituzione si sta riprendendo in Europa, ma rimane stazionario nel Nord America.

Il mercato dei pneumatici per le due ruote è aumentato in Europa, ma è diminuito nel Nord America, dove le condizioni meteorologiche sfavorevoli hanno avuto il loro effetto.

Infine, il mercato dei pneumatici aeronautici si è ampliato per quel che riguarda l'aviazione commerciale, mentre quello della difesa è calato.

Per quello che riguarda l'intero 2014, con la domanda di pneumatici aumentata velocemente come previsto nel primo trimestre, tranne che in Europa orientale, Michelin mantiene il suo obiettivo di un aumento di circa il 3% nei volumi nel corso dell'intero anno. L'azienda mira a migliorare il suo margine lordo unitario, pur mantenendo un equilibrio positivo tra la politica dei prezzi e i costi delle materie prime. Michelin segnala che il suo piano di competitività "si sta sviluppando nei tempi previsti."

In questo contesto, Michelin conferma i suoi obiettivi 2014 di un incremento del risultato operativo, un rendimento superiore all'11% del capitale investito e un free cash flow strutturale di oltre 500 milioni di euro con un programma di investimenti di circa 2 miliardi di euro.

pubblicato il 28 / 04 / 2014