

Yokohama ha annunciato i risultati finanziari per il 2016, anno che ha registrato un profitto attribuibile ai soci in calo del 48,3% a 18,8 miliardi di yen (152,8 milioni di euro), un calo del 22,4% nel risultato operativo a 42,3 miliardi di yen (343,8 milioni di euro), e un calo del 5,3% delle vendite nette a 596.2 miliardi di yen (4,845 miliardi di euro). L'utile operativo di Yokohama ha superato la proiezione annunciata dalla società nel mese di agosto 2016, anche se le cifre per l'utile attribuibile ai soci e quelle delle vendite nette sono state al di sotto delle proiezioni di agosto. Le flessioni delle vendite e degli utili riflettono condizioni sfavorevoli dei mercati esteri dei pneumatici, tra cui l'apprezzamento dello yen e i prezzi in calo. Yokohama ha conseguito un aumento degli utili nel business pneumatici in Giappone.

Le vendite nel segmento pneumatici di Yokohama sono diminuite del 10,0% a 450,6 miliardi di yen (3,662 miliardi di euro), e il risultato operativo è diminuito del 15,6% a 36,3 miliardi di yen (295 milioni di euro). L'attività dell'azienda nel mercato del primo equipaggiamento del Giappone è diminuita in termini di valore, a causa di un calo della produzione di veicoli e di un crollo dei prezzi dei prodotti. Il risultato operativo nel settore OE giapponese è aumentato, tuttavia, a causa del calo dei prezzi delle materie prime. Il business pneumatici nel mercato del ricambio giapponese è calato in termini unitari, ma il successo della promozione di prodotti ad alto valore aggiunto ha migliorato la composizione del portafoglio vendite della società e ha prodotto un incremento del risultato operativo. Le vendite e il profitto operativo fuori del Giappone sono diminuiti a causa della apprezzamento dello yen e della crescente concorrenza sui prezzi, anche se le unità sono aumentate. I pezzi venduti sono stati costanti in Nord America ma sono aumentati in Europa, in parte grazie al progresso di Yokohama nel coltivare nuovi canali di vendita, ed sono aumentati anche nel mercato cinese OE.

Le vendite di ATG sono state pari a 25,5 miliardi di yen (207,2 milioni di euro). Il business in questo segmento è stato coerente con le proiezioni del management, sia in materia di unità che di valore delle vendite. Questo riflette energiche misure per la promozione delle vendite, in un ambiente funestato da crolli della domanda e crescente concorrenza sui prezzi, associato a un calo dei prezzi dei cereali. Yokohama ha registrato una perdita operativa di 2,1 miliardi di yen per il segmento ATG nell'anno fiscale 2016, che riflette l'inclusione di spese legati all'acquisizione.

Le proiezioni di bilancio di Yokohama per il 2017 parlano di un profitto attribuibile ai soci in crescita del 59,7%, a 30,0 miliardi di yen, un aumento del 12,2% del risultato operativo a 47,5 miliardi di yen e un aumento del 10,7% delle vendite nette a 660.0 miliardi di yen. La società adotterà gli International Financial Reporting Standards per l'anno fiscale 2017. Ricalcolando le proiezioni 2017 in virtù di tali norme si ottiene un risultato operativo di 51,0 miliardi di yen e 635.0 miliardi di yen per le vendite nette.

- 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 27 / 02 / 2017