

Il Consiglio di Amministrazione di Pirelli ha approvato oggi il progetto di bilancio per l'esercizio 2011, concluso con una significativa crescita dei principali indicatori economici. Il miglioramento è stato registrato pur a fronte del rallentamento, a partire dal terzo trimestre, dello scenario macroeconomico generale, in particolare nelle economie occidentali, e dimostra l'efficacia della strategia Pirelli di focalizzazione sul segmento Premium e di rafforzamento della presenza produttiva nelle economie a rapido sviluppo.

I ricavi consolidati al 31 dicembre 2011 sono pari a 5.654,8 milioni di euro, in aumento del 16,6% (4.848,4 milioni di euro nel 2010). Il risultato operativo consolidato post oneri di ristrutturazione è pari a 581,9 milioni di euro rispetto ai 407,8 milioni di euro del 2010, con un'incidenza sui ricavi del 10,3% rispetto al target "pari a circa il 10%" annunciato lo scorso novembre e in crescita di quasi due punti percentuali rispetto all'8,4% del 2010. Il risultato netto delle attività in funzionamento è pari a 312,6 milioni di euro, in crescita del 37,1% rispetto ai 228 milioni di euro del 2010, mentre il risultato netto complessivo è pari a 440,7 milioni di euro, tenuto conto di un impatto positivo non ricorrente pari a 128,1 milioni di euro legato all'iscrizione di imposte differite attive pregresse a seguito del cambiamento della normativa fiscale in Italia sulle perdite pregresse che ne ha previsto la possibilità di riporto per un arco temporale illimitato. La crescita della capacità produttiva, legata alla strategia di focalizzazione sul segmento Premium a livello globale delineata dal piano industriale, ha portato a un aumento degli investimenti del 43% a 626 milioni di euro, che si riflette sulla posizione finanziaria netta consolidata, passiva al 31 dicembre 2011 per 737,1 milioni di euro (negativa per 455,6 milioni di euro al 31 dicembre 2010), migliore del target di "circa 750 milioni" annunciato lo scorso novembre. Tale dato incorpora il pagamento di dividendi per 83,5 milioni di euro e la prima parte del pagamento dell'acquisizione di impianti in Russia per 55 milioni di euro.

Pirelli Tyre

Il business tyre, che rappresenta il 99% del fatturato consolidato, ha concluso l'esercizio con una significativa crescita degli indicatori economici e della redditività. I dati confermano l'efficacia della strategia di Pirelli: la focalizzazione nella parte Consumer sul segmento Premium, la localizzazione prevalente in aree a rapido sviluppo per la parte Industrial, nonché la capacità di utilizzare la leva del prezzo per compensare l'aumento dei costi delle materie prime, il cui impatto negativo nel corso dell'esercizio è ammontato a circa 512 milioni di euro. Al 31 dicembre 2011 Pirelli Tyre registra una crescita delle vendite pari al 17,4% (+19% al netto dell'effetto cambi) a 5.601,6 milioni di euro, sostenuta dal buon andamento del price/mix (+17,6%). I ricavi Premium, in particolare, sono cresciuti nel 2011 del 27% raggiungendo 1.844 milioni di euro e nel solo business Car sono arrivati a rappresentare il 50% del totale. Il risultato operativo post oneri di ristrutturazione si attesta

a 643,9 milioni di euro, in aumento del 42,1% rispetto ai 453,1 milioni del 2010, con una redditività pari all'11,5% rispetto al target "pari a circa l'11%" e in crescita di due punti percentuali rispetto al 9,5% del 2010. Tali risultati riflettono inoltre le significative efficienze ottenute nel corso dell'esercizio, ammontate complessivamente a 93,9 milioni di euro rispetto al target di circa 80 milioni di euro.

In linea con le azioni previste dal piano industriale per aumentare la capacità produttiva e rafforzare ulteriormente la presenza industriale sul piano internazionale, l'esercizio ha visto il proseguimento della realizzazione del polo di Settimo Torinese, il più avanzato tecnologicamente del gruppo, e il rafforzamento della presenza in Romania, dove è stato ampliato il polo di Slatina, mentre in Argentina è stata pianificata la costruzione di una nuova fabbrica truck radiale. La costruzione del nuovo sito in Messico, a servizio dei mercati dell'area Nafta, è stata pressoché conclusa ed è previsto l'avvio della produzione nel primo trimestre del 2012, mentre in Russia è stata portata a termine, insieme al partner Russian Technologies, l'acquisizione dei due impianti produttivi di Kirov e Voronezh (quest'ultimo successivamente alla conclusione dell'esercizio), che consentiranno a Pirelli di avviare la propria presenza produttiva in un mercato altamente strategico.

Sul fronte dei prodotti, infine, si segnalano tra gli altri, nel moto, il lancio del 'Diablo Rosso II' e, nel car, del "Cinturato P1", il pneumatico 'green' ad altissima tecnologia studiato per le piccole e medie vetture, e del "P Zero Silver", il primo pneumatico frutto delle esperienze tecnologiche maturate nella Formula 1™, di cui Pirelli è fornitore esclusivo per il triennio 2011-2013. Oltre a rappresentare un'eccezionale leva per il rafforzamento del brand Pirelli, il cui valore nel 2011 ha raggiunto 2,27 miliardi di euro (stime Interbrand), la Formula 1 rappresenta infatti un importante volano di innovazione, imprimendo una spinta in particolare nella modellistica, nelle mescole e nei processi che consente di maturare esperienze trasferibili anche ai modelli su strada.

© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 03 / 2012