

Il Gruppo Michelin ha fatturato nel primo trimestre del l'anno 5,304 miliardi di euro, evidenziando un incremento del 5,1% rispetto allo stesso periodo del 2011. A spingere le vendite sono stati soprattutto i prodotti "speciali", ossia movimento terra, agricoltura, due ruote e aeronautica, oltre al business delle guide di viaggio e il Michelin Lifestyle, che, con 940 milioni di euro hanno registrato un +23,8% rispetto al primo trimestre dello scorso anno. I pneumatici vettura e trasporto leggero hanno fatturato 2.760 milioni di euro, con un incremento del 2,9% rispetto al primo quarter 2011 e le gomme autocarro sono rimaste paraticamente stabili nelle vendite con un totale netto di 1.604 milioni di euro (+0,1%). Nel primo trimestre dell'anno il volume di gomme vendute è tuttavia sceso complessivamente del 9,6%, un risultato che Michelin attribuisce alla riluttanza all'acquisto dei clienti soprattutto nei principali mercati e alla riduzione delle scorte dei rivenditori.

Se Michelin segnala un declino dei volumi di gomme passenger dell'8,9%, per il segmento truck il produttore francese parla di "collasso della domanda nel mercato europeo, soprattutto nell'area meridionale", dove Michelin è sempre stata tradizionalmente forte. Complessivamente i volumi del business truck sono calati del 16,3%.

Michelin conferma le previsioni per l'intero 2012 e si attende volumi stabili in un mercato che in Europa rimane incerto, in nord America in recupero e nei nuovi mercati in crescita vigorosa. Michelin prevede dunque un 2012 con volumi stabili ma con un "significativo incremento del risultato operativo."

 Per consultare la relazione trimestrale, visita il nostro  Archivio Aziende

© riproduzione riservata
pubblicato il 2 / 05 / 2012