

Yokohama Rubber ha annunciato che il suo utile operativo del primo trimestre fiscale del 2015 è stato il più alto risultato di sempre, con un aumento dell'1%, a 11,8 miliardi di yen (90,8 milioni di euro) e un calo dello 0,9% delle vendite nette, a 138,7 miliardi di yen (1,068 milioni di euro). L'utile netto è sceso del 10,1%, a 5,8 miliardi di yen (44,6 milioni di euro).

Nel segmento pneumatici, le vendite sono diminuite in Giappone, ma il buon andamento del resto del mondo ha compensato la maggior parte di questo declino. Le vendite sono aumentate, invece, in diversi segmenti, come quello dei tubi ad alta pressione e quello dei materiali industriali, novità di quest'anno.

Il risultato operativo è aumentato dello 0,5% nel segmento dei pneumatici, a 9,3 miliardi di yen (71,6 milioni di euro), con un calo dell'1,1% delle vendite, a 108,2 miliardi di yen (833,4 milioni di euro). Le vendite di pneumatici di primo equipaggiamento della società sono scese in Giappone, a causa del calo di produzione di veicoli. Nel mercato del ricambio di pneumatici giapponese, le vendite di Yokohama sono diminuite, sia in valore che in unità. Questo calo è dovuto a due motivi: il confronto con l'anno scorso, in cui si era verificato un boom di vendite e le nevicate più leggere rispetto all'anno precedente. L'impennata del primo trimestre 2014 era dovuta all'aumento dell'iva verificatosi il primo aprile e le nevicate più leggere nell'inverno 2015 hanno abbassato la domanda di pneumatici da neve. Le vendite nel resto del mondo sono andate bene sia in termini di valore dello yen che in unità di volume, guidate dalle performance della Cina e della Russia, che hanno più che compensato la debolezza in Nord America e in Europa.

✖ Yokohama prospetta che l'utile netto del semestre al 30 giugno 2015 si ridurrà del 41,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, a 10,5 miliardi di yen, con un aumento dell'1,8% dei proventi operativi, a 24,0 miliardi di yen, e un 8,1 % di aumento delle vendite nette, a 307,0 miliardi di yen. L'azienda conferma le proiezioni per l'intero anno per le vendite e gli utili che ha annunciato nel mese di febbraio. Tali proiezioni vedono un utile netto in diminuzione dell'11,1%, a 36,0 miliardi di yen, un aumento dell'8,4% del risultato operativo a 64,0 miliardi di yen e un aumento del 7,6% delle vendite nette, a 673,0 miliardi di yen.

© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 05 / 2015