

Il tasso medio di crescita di Nexen negli ultimi anni è stato del 18% e l'obiettivo è di entrare nella top ten dei produttori mondiali di pneumatici nel giro di alcuni anni. A giudicare dai risultati dell'ultimo quarter, l'azienda sudcoreana sembra avere intrapreso la strada giusta, puntando in particolare sul primo equipaggiamento e sui pneumatici UHP.

Nel secondo trimestre dell'anno le vendite di Nexen Tire sono aumentate del 29,8% rispetto allo stesso periodo 2011, toccando i 433,3 miliardi di won (309 milioni di euro), di cui 50 milioni di euro realizzati in Europa. Il risultato operativo è più che raddoppiato nel periodo da aprile a giugno, con 52 miliardi di won (37 milioni di euro) ed un margine operativo del 12%.

L'America del Nord rappresenta per Nexen il primo mercato di distribuzione, con il 32,3% delle vendite, mentre l'Europa è scesa, rispetto al 18,9% dell'anno scorso, ad una quota del 15,9% dei ricavi totali. Il mercato coreano pesa per l'11,9%, mentre la Cina continua ad avere un ruolo minimale, con solo il 2,3% delle vendite.

Il mercato del primo equipaggiamento rappresenta per Nexen un core business ed è alle Case automobilistiche che viene destinato il 14% delle vendite totali. L'altro segmento su cui l'azienda punta sono i pneumatici UHP, che hanno realizzato 143,1 miliardi di won, pari al 32,9% dei ricavi del secondo trimestre del 2012. I volumi sono cresciuti dello 0,5% e il 42,5% delle vendite di UHP sono state fatte in Nord America.

 Per ulteriori dettagli consultare la sezione  Numeri & Fatti - Le aziende

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 08 / 2012