

Sumitomo Rubber Industries ha presentato i risultati finanziari dei primi nove mesi del 2014. Durante questo periodo, chiuso il 30 settembre 2014, l'economia globale è stata afflitta da una forte stagnazione, causata da vari fattori, come per esempio i rischi geopolitici. Sebbene un graduale recupero è continuato nell'economia degli Stati Uniti, la ripresa delle economie europee è rimasta ferma. Nei paesi emergenti, il rallentamento della crescita economica è stato riscontrato in Cina e nelle economie della regione ASEAN, così come in Russia. Anche l'economia giapponese ha iniziato a mostrare segni di debolezza, a causa di un continuo calo della domanda, accompagnato dall'aumento dell'Iva che si è verificato nel mese di aprile 2014.

Sumitomo ha quindi operato in un ambiente difficile, nonostante i prezzi del mercato della gomma naturale siano rimasti a livelli bassi e il miglioramento delle esportazioni dovuto al deprezzamento dello yen. L'ambiente continua infatti ad essere economicamente pesante, a causa di fattori come per esempio la concorrenza più intensa nei mercati di sostituzione dei pneumatici. In queste circostanze, al fine di realizzare la visione a lungo termine "Vision 2020", il gruppo ha intrapreso alcune misure nella ricerca della crescita del business e di una maggiore redditività.

Di conseguenza, per i nove mesi chiusi al 30 settembre 2014, i ricavi consolidati del gruppo sono aumentati dell'8,2% rispetto allo stesso periodo del precedente esercizio a 4,14 miliardi di euro, l'utile operativo consolidato è aumentato del 14,2% a 353,401 milioni di euro, l'utile consolidato è aumentato del 27,2% a 371,832 milioni di euro e l'utile netto consolidato è aumentato del 28,2% a 228,5 milioni.

Le vendite nette nel settore dei pneumatici sono aumentate dell'8,6% rispetto allo stesso periodo precedente a 3,606 miliardi di euro e l'utile operativo è aumentato del 14,6% a 317,8 milioni di euro. Nel mercato del ricambio interno, le vendite nette hanno superato il livello dello stesso periodo dell'esercizio precedente. Sumitomo ha anche migliorato il proprio portafoglio prodotti, inserendo tra l'altro la serie "Enasave EC203" con il brand Dunlop, pneumatici che riducono il consumo di carburante, molto apprezzato dai consumatori.

Nel mercato del primo equipaggiamento interno, le vendite nette hanno superato il livello dello stesso periodo del precedente esercizio grazie all'aumento del volume delle vendite dei pneumatici ad alto valore aggiunto come quelli che riducono il consumo di carburante. L'aumento delle vendite di automobili ha ovviamente inciso su questo dato.

Nel mercato del ricambio estero, le vendite nette hanno superato il livello dell'anno scorso grazie al deprezzamento dello yen e all'aumento delle vendite, nonostante l'aumento della

concorrenza sui prezzi.

Anche nel mercato estero di primo equipaggiamento le vendite nette sono migliorate, con una crescita significativa delle vendite nel mercato cinese, in continua espansione. In Thailandia invece si è assistito ad una continua diminuzione del volume delle vendite, a causa del deterioramento dell'economia e dell'incertezza politica.

Il PDF con i risultati completi è disponibile alla nostra pagina [**AZIENDE**](#)

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 11 / 2014