

Michelin ha pubblicato buoni risultati finanziari del primo semestre 2015. Le vendite nette dei primi sei mesi del 2015 sono state pari a 10,497 miliardi di euro, in aumento dell'8,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Questo risultato, secondo l'azienda, è attribuibile all'incremento dei volumi di mercato del 2,4%, riguardante sia il brand Michelin che gli altri brand del gruppo, al calo del 4,3% del price mix, al miglioramento degli effetti di cambio monetari e alle variazioni del perimetro di consolidamento. Anche l'utile netto è in aumento: 707 milioni di euro, in rialzo del 13% rispetto all'analogo periodo del 2014.

Per la seconda metà del 2015, la domanda dovrebbe rimanere in rialzo nei mercati maturi, ma diventare un po' più impegnativa nei nuovi mercati. L'obiettivo è quindi quello di perseguire i trend di crescita osservati nei primi sei mesi dell'anno. La variazione del mix di prezzo e del costo delle materie prime dovrebbe avere, per l'intero esercizio, un effetto netto negativo nei business soggetti a clausole contrattuali sui prezzi ed un effetto neutro sulle restanti attività. Il piano di competitività dell'azienda contribuirà a compensare l'inflazione dei costi nel corso dell'anno. Il Gruppo conferma l'obiettivo di presentare un incremento del risultato operativo ante proventi non ricorrenti al netto dell'effetto valutario, un utile sul capitale investito superiore all'11%, e un free cash flow strutturale di oltre 700 milioni di euro.

Jean-Dominique Senard, Chief Executive Officer, ha dichiarato: "Michelin ha raggiunto una forte crescita nella prima metà dell'anno, facendo leva sul suo ampio portafoglio di soluzioni, ampliando l'accesso ai prodotti per i clienti e conquistando la crescente domanda nei suoi mercati tradizionali. Il successo dei nostri più recenti prodotti, come il Michelin CrossClimate e i nuovi pneumatici BFGoodrich, così come le nostre posizioni rafforzate nel primo equipaggiamento, confermano l'importanza dell'innovazione per la crescita del Gruppo. In combinazione con il piano competitività dell'azienda, Michelin può confermare i suoi obiettivi per l'intero anno."

Nonostante i numeri positivi in borsa l'azienda ha perso il 6% circa, a causa dei risultati sotto le aspettative degli analisti Bloomberg: si parlava di un utile operativo pari a 1,29 miliardi, che però si è attestato a 1,26.

Per leggere tutto il report finanziario [cliccare qui](#).

© riproduzione riservata  
pubblicato il 30 / 07 / 2015