

Le vendite nette di Michelin nei primi nove mesi del 2016 sono state pari a 15,471 miliardi di euro, in calo del 2,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Analizzando solamente il terzo trimestre, il calo è stato del 2,5% ed è stato causato, nei tre come nei nove mesi, dalla riduzione delle vendite di pneumatici TBR e speciali. Nel periodo che va da luglio a settembre 2016, il segmento TBR ha registrato vendite nette in calo del 4,6%, mentre il segmento Speciality del 5,9%. Nei primi nove mesi dell'anno, le percentuali sono ancora peggiori: -5% e -6,3% rispettivamente. Il segmento Autovettura & Veicoli commerciali leggeri, invece, ha registrato un andamento altalenante: nei 9 mesi ha segnato +0,5%, ma negli ultimi 3 è calato dello 0,5% rispetto allo stesso periodo del 2015.

Michelin segnala che i volumi nei primi nove mesi dell'anno sono cresciuti dell'1,4%, superando i mercati. In ogni caso, nel corso del terzo trimestre, la domanda di pneumatici vettura, light truck e truck è stata in leggero calo nei mercati maturi, mentre nei nuovi mercati è stata varia, con la Cina che è andata molto bene e nel vettura/autocarro leggero e il Sud America che ha registrato una forte contrazione.

Il business dei pneumatici speciali è stato rallentato da una riduzione delle vendite di pneumatici agricoli, dal calo della domanda OE per i pneumatici movimento terra e dal solito smaltimento degli stock dei pneumatici minerari.

L'azienda francese segnala anche che il price-mix è calato dell'1,7%, un miglioramento attribuibile alla politica dei prezzi progettata per "catturare il pieno valore della leadership tecnologica di Michelin", al successo delle sue nuove offerte e, in particolare, all'aumento dell'11% dei volumi del segmento premium, ovvero dai 17 pollici in su.

Negli ultimi tre mesi dell'anno, i mercati dovrebbero rimanere vari, in linea con le tendenze osservate nei primi nove mesi. In questo contesto di mercato, data la strategia dei prezzi del gruppo e dai previsti 550 milioni di impatto positivo dovuti alla riduzione del costo delle materie prime, Michelin prevede di aggiungere più di 150 milioni di euro all'utile operativo per il 2016.

Per l'intero anno, Michelin sta confermando i suoi obiettivi di crescita dei volumi superiori ai mercati globali, un aumento del risultato operativo delle attività ricorrenti a tassi di cambio costanti e un free cash flow strutturale di oltre 800 milioni di euro.

- Per rimanere sempre aggiornato sui risultati finanziari delle aziende del settore pneumatici, non perdere la nostra pagina Aziende! clicca qui: [**"pagina aziende"**](#)



© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 10 / 2016