

Michelin ha presentato i risultati finanziari 2016, affermando di aver raggiunto gli obiettivi prefissati e indicando l'anno appena trascorso come "una pietra miliare nella nostra tabella di marcia strategica della società." I volumi di vendita sono aumentati del 2,1% nel corso dell'anno, superando la crescita del mercato, con un aumento nel profitto operativo e nell'utile netto.

"La nostra crescita, che ancora una volta ha superato i mercati, è stata trainata dalla forza del marchio Michelin, dal nostro flusso costante di innovazioni, dal miglioramento della qualità del nostro servizio clienti e dal successo delle nostre linee intermedie", ha commentato il CEO Jean-Dominique Senard. "La nostra politica dei prezzi, che è stata progettata per catturare il pieno valore della nostra leadership tecnologica, e il nostro impegno per migliorare la competitività ci hanno permesso di soddisfare la prospettiva finanziaria annunciata all'inizio dell'anno."

I volumi dei pneumatici autovettura e autocarro leggero sono aumentati del 4% per l'equipaggiamento originale e del 2% per il ricambio. Il mercato dei pneumatici autocarro è rimasto lo stesso per l'OE, mentre è calato dell'1% per il ricambio ed infine il business Speciality è calato dell'1%.

Le vendite nette consolidate sono state pari a 20,9 miliardi di euro per l'anno 2016, in calo dell'1,4% rispetto all'anno precedente, chiuso a 21,199 miliardi di euro. Questo calo riflette gli effetti sfavorevoli del mix di prezzo, gli effetti di cambio e quelli dovuti al consolidamento di Bookatable, che Michelin ha acquisito all'inizio del 2016. Tali fattori hanno più che controbilanciato la crescita del fatturato di 440 milioni di euro realizzati grazie alla crescita del 2,1%.

Il risultato operativo consolidato è stato pari a 2,7 miliardi di euro o il 12,9% delle vendite nette, rispetto ai 2,6 miliardi di euro e il 12,2% registrati nel 2015. L'utile netto è stato pari a 1,7 miliardi di euro, in crescita del 43,3% dai 1,2 miliardi conseguiti nell'esercizio precedente.

Il piano competitività dell'azienda ha raggiunto gli obiettivi, con 1,2 miliardi di euro risparmiati nel periodo 2012-2016.

Prospettiva 2017

Quest'anno i mercati dovrebbero presentare le stesse tendenze osservate alla fine del 2016, in particolare con la ripresa delle vendite di pneumatici minerari. Il 2017 vedrà anche un aumento dei costi delle materie prime, con un impatto stimato di circa 900 milioni di euro,

in risposta al quale Michelin “gestirà agilmente i prezzi in modo da mantenere i margini unitari nei business non soggetti a clausole di indicizzazione.” In questo contesto di mercato, Michelin afferma che i suoi obiettivi per il 2017 sono la crescita dei volumi in linea con le tendenze del mercato globale, il risultato operativo da attività ricorrenti pari o superiore al valore 2016 a tassi di cambio costanti e un flusso di cassa strutturale di oltre 900 milioni di euro.

“Guardando al 2017, dovremmo essere di fronte ad un altro anno di crescita, in linea con gli obiettivi 2020 del Gruppo”, ha concluso Sénard.

- 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 17 / 02 / 2017