

Il Consiglio di Amministrazione di Pirelli ha approvato i risultati al 31 marzo 2018 che sono in linea con il percorso di focalizzazione sull'High Value ed evidenziano una crescita dei principali indicatori economici. In particolare:

- la crescita organica dei ricavi grazie al rafforzamento di Pirelli sull'High Value in tutte le Region con la progressiva riduzione dell'esposizione sul segmento standard;
- il miglioramento del price/mix;
- il miglioramento della redditività di 1,1 punti percentuali al 17,5%;
- l'ulteriore rafforzamento delle partnership con le case auto Prestige e Premium;
- l'ampliamento della capacità produttiva High Value principalmente in Europa e Nafta;
- l'aumento della copertura distributiva in Europa, Nafta, Apac e LatAm;
- il continuo sviluppo dei programmi di business che intercettano i nuovi bisogni del cliente finale (quali Cyber e Velo). A ciò si affiancano i progetti di trasformazione digitale della società e di riconversione delle produzioni da marca Aeolus a marca Pirelli nella fabbrica Jiaozou Aeolus Car.

Vendite

I ricavi sono stati pari a 1.310,3 milioni di euro con una crescita organica del 5,7% rispetto al primo trimestre 2017 grazie al positivo andamento del segmento High Value. Includendo l'effetto dei cambi (-7,3%) e della variazione di perimetro derivante dall'applicazione del nuovo principio contabile sui ricavi IFRS 15 (-0,6%), la variazione complessiva dei ricavi è stata pari a -2,2%.

I **ricavi High Value** hanno registrato una crescita organica del 13,4% a 833,9 milioni di euro (+7,5% includendo l'effetto negativo dei cambi pari a -5,9%). L'incidenza dell'High Value sui ricavi complessivi è aumentata al 63,6% del totale rispetto al 57,9% del primo trimestre 2017.

I **volumi del segmento High Value** hanno registrato una significativa crescita, pari al 12,8%, con un miglioramento della quota di mercato in tutte le aree geografiche. In particolare, i volumi dei pneumatici Car New Premium superiori ai 18 pollici sono cresciuti del 18,6%, attestandosi a livelli superiori al trend di mercato (+7,9%). La differenza di crescita dell'High Value rispetto a quello del Car superiori ai 18 pollici è riconducibile alla crescente domanda di specialties superiore ai 18 pollici rispetto ai calettamenti inferiori inclusi nell'High Value e al generale rallentamento del mercato moto Premium (-4% nel primo trimestre 2018) per effetto delle difficili condizioni climatiche soprattutto in Europa.

I **volumi complessivi** sono calati dell'1,5% quale risultante da un lato del forte incremento dei volumi High Value e dall'altro della flessione del 10,6% dei volumi standard. Tale trend riflette il calo della domanda standard sui mercati maturi (Europa, Nafta ed Apac) e la decisione di Pirelli di accelerare la riduzione dei volumi sui prodotti a minore redditività in Europa, Latam, MEAI e Apac.

In deciso miglioramento il **price/mix** pari a +7,2% (+5,5% nel primo trimestre 2017) grazie alla strategia di valore di Pirelli focalizzata sul crescente peso dell'High Value, al miglioramento del mix nel segmento standard e al progressivo aumento dei prezzi a partire dal 1° aprile 2017 per contrastare l'aumento delle materie prime.

Ricavi (milioni di euro)	31/03/2018	% sul totale	31/03/ 2017	% sul totale	Variazione a/a	Variazione a/a organica
High Value	833,9	63,6%	775,4	57,9%	+7,5%	+13,4%
Standard	476,4	36,4%	563,9	42,1%	-15,5%	-5%
Totale	1.310,3	100%	1.339,3	100%	-2,2%	+5,7%

Redditività

L'**Ebitda Adjusted ante costi di start-up** al 31 marzo 2018 è stato pari a 298,0 milioni di euro, in crescita del 5,8% rispetto a 281,7 milioni di euro del corrispondente periodo 2017.

L'**Ebit Adjusted ante costi di start-up** è cresciuto del 4,5% a 229,4 milioni di euro rispetto a 219,5 milioni di euro del corrispondente periodo del 2017. Il miglioramento è legato all'effetto delle leve interne quali il prezzo/mix e le efficienze, che hanno più che compensato l'aumento del costo delle materie prime, l'inflazione dei costi (in particolare nei mercati emergenti), i maggiori ammortamenti e gli altri costi legati allo sviluppo del business, l'effetto negativo dei cambi e i volumi leggermente negativi per effetto principalmente della progressiva riduzione sul segmento standard.

L'**Ebit margin Adjusted ante costi di start-up** è stato pari al 17,5% in crescita rispetto al 16,4% dello stesso periodo del 2017. Nel corso del primo trimestre 2018, i costi relativi ai nuovi programmi di start-up, quali il consolidamento di Jiaozou Aeolus Car per cui procede la conversione in marchio Pirelli e il lancio di nuove attività quali il Cyber e il Velo, sono stati pari a 11 milioni di euro (14,5 milioni nel primo trimestre 2017).

L'**Ebit Adjusted** è stato pari a 218,4 milioni di euro, in crescita del 6,5% rispetto a 205,0 milioni di euro del corrispondente periodo 2017, con un margine sulle vendite in

miglioramento di 1,4 punti percentuali al 16,7% rispetto al 15,3% del primo trimestre 2017. L'Ebit Margin Adjusted è stato pari al 16,7%, in miglioramento di 1,4 punti percentuali rispetto al 15,3% del primo trimestre 2017.

L'**Ebit** è stato pari a 184,0 milioni di euro, in crescita del 9,1% rispetto ai 168,7 milioni di euro del primo trimestre 2017.

Andamento per aree geografiche

A livello geografico, l'**Europa** ha registrato nel primo trimestre 2018 una crescita organica dei ricavi pari a +3,1% (+1,3% includendo l'effetto cambi e l'effetto dell'adozione del nuovo principio contabile IFRS 15) sostenuta dall'andamento dell'High Value (+11,8% la crescita organica). La profittabilità si posiziona a livelli mid-teens, in miglioramento rispetto al primo trimestre 2017 per effetto principalmente del continuo miglioramento del mix.

Il **Nafta** ha registrato una crescita organica dei ricavi pari a +10% (-2,9% includendo l'effetto dei cambi pari a -12,9%) grazie al buon andamento dell'High Value (+10,4% la crescita organica) per effetto dell'introduzione di prodotti all season e grazie a una maggiore penetrazione del canale retail. La redditività si è posizionata a livelli high-teens, leggermente inferiore rispetto a quella del primo trimestre 2017 per effetto principalmente degli impatti valutari.

L'**Apac** ha registrato la redditività più elevata fra tutte le macroaree, a livelli twenties, in miglioramento rispetto al primo trimestre 2017. I ricavi complessivi nell'area Apac, soprattutto grazie alla performance dell'High Value, sono aumentati del +12,9% rispetto al primo trimestre 2017. Includendo gli effetti negativi dei cambi (-7,1%) la crescita dei ricavi è stata pari a +5,8%. I ricavi High Value sono cresciuti del 15,9% (+23,3% la crescita organica).

Il **Meai** ha registrato una redditività a livelli mid-teens, in leggera flessione rispetto al corrispondente periodo 2017 per effetto dell'andamento dei cambi. I ricavi hanno registrato una variazione organica pari a -4,1%, (-9,8% includendo l'effetto dei cambi).

La strategia di focalizzazione sui segmenti più profittevoli e la ripresa del mercato ha inciso positivamente sui risultati del primo trimestre della **Russia**, con un ulteriore miglioramento della profittabilità a livelli midteens (high single digit nel corrispondente periodo 2017). I ricavi hanno registrato una crescita organica del 21,2% (+10,7% includendo l'impatto dei cambi negativo per 10,5%).

In crescita a livelli high single-digit la redditività nell'area **Latam** per effetto principalmente delle continue azioni di miglioramento e di riconversione del mix. Nel corso del primo trimestre 2018 i ricavi sono cresciuti a livello organico dell'1,4% (-16,7% includendo l'effetto negativo dei cambi pari a -18,1%). Tale andamento riflette il proseguimento del focus sul mix, con la progressiva riduzione delle vendite sul segmento standard, la destinazione di parte della produzione all'export verso il Nord America in considerazione della crescente domanda per i prodotti High Value e della progressiva crescita del mix espressa dalle fabbriche brasiliane.

Andamento per aree geografiche

Ricavi (milioni di euro)	31/03/2018	% sul totale 31/03/2018	% sul totale 31/03/2017	Variazione a/a	Variazione a/a organica
Europa	577,5	44,1%	42,6%	+1,3%	+3,1%
Nafta	243,5	18,6%	18,7%	-2,9%	+10,0%
Apac	197,3	15,1%	13,9%	+5,8%	+12,9%
Latam	189,3	14,4%	17,0%	-16,7%	+1,4%
Russia & CIS	45,0	3,4%	3,0%	+10,7%	+21,2%
Meai	57,7	4,4%	4,8%	-9,8%	-4,1%
Totale	1.310,3	100%	100%	-2,2%	+5,7%

Risultato netto e posizione finanziaria netta

Il **risultato da partecipazioni** è positivo per 0,8 milioni di euro, in deciso miglioramento rispetto ai -3,1 milioni di euro del corrispondente periodo 2017. La variazione si riferisce principalmente all'effetto positivo derivante dalla valutazione a fair value della partecipazione detenuta in Mediobanca fino allo scorso 11 gennaio.

Il **risultato netto delle attività in funzionamento (Consumer)** al 31 marzo 2018 è stato pari a 92,4 milioni di euro, in crescita dell'86,7% rispetto ai 49,5 milioni di euro al 31 marzo 2017. Il risultato riflette, oltre che il miglioramento del risultato operativo e del risultato da partecipazioni, anche minori oneri finanziari netti per 21,8 milioni di euro (55,2 milioni di euro nel primo trimestre 2018 rispetto ai 77 milioni di euro dei primi tre mesi 2017), per effetto principalmente della riduzione dell'indebitamento e per il repricing, avvenuto a gennaio 2018, della principale linea bancaria del gruppo.

Il **risultato netto delle attività operative cessate**, che si riferisce ad alcune attività

Industrial residuali, è negativo per 3,3 milioni di euro (-76,6 milioni nel primo trimestre 2017).

Il risultato netto totale è positivo per 89,1 milioni di euro rispetto a un valore negativo di 27,1 milioni di euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

Il **flusso netto della gestione operativa** al 31 marzo 2018 è stato negativo per 726,0 milioni di euro (-720,1 milioni nel corrispondente periodo 2017) e incorpora investimenti per 85,3 milioni di euro (98,3 milioni di euro nel primo trimestre 2017) destinati principalmente all'incremento della capacità High Value in Europa e nell'area Nafta, alla riconversione strategica della capacità Standard in High Value in Brasile e al costante miglioramento del mix e della qualità in tutte le fabbriche. L'andamento del flusso netto della gestione operativa è legato principalmente alla variazione del capitale circolante (928,8 milioni di euro di assorbimento nel primo trimestre 2018 rispetto a 892,2 milioni di euro nel primo trimestre 2017) che riflette:

- la crescita dei crediti commerciali, in linea con la tradizionale stagionalità del business con l'avvio nel primo trimestre della stagione summer, i cui incassi sono concentrati nel secondo trimestre;
- il pagamento dei debiti legati anche agli investimenti che si concentrano nell'ultimo trimestre dell'esercizio e che sono regolati nei primi mesi dell'esercizio successivo;
- la riduzione dei debiti verso fornitori, in linea con il trend stagionale degli ultimi anni.

Il **flusso di cassa netto ante operazioni straordinarie** è stato negativo al 31 marzo 2018 per 725,7 milioni di euro rispetto a -881,7 milioni di euro nel corrispondente periodo del 2017. Il flusso di cassa totale è stato negativo per 720,4 milioni di euro (612,4 milioni di euro nel corrispondente periodo 2017), e include l'effetto positivo per 5,3 milioni di euro derivante dalla riorganizzazione del segmento industrial (relativi alla cessione di parte di residuali asset Industrial in Cina) che nel primo trimestre 2017 era stato positivo per 269,3 milioni di euro.

La **posizione finanziaria netta** al 31 marzo 2018 è negativa per 3.938,9 milioni di euro rispetto a -5.525,2 milioni di euro nel primo trimestre 2017 e -3.218,5 milioni di euro al 31 dicembre 2017. La variazione rispetto al primo trimestre 2017 riflette, fra le altre cose, l'aumento di capitale sottoscritto da Marco Polo nel mese di giugno 2017 pari a circa 1,2 miliardi di euro.

Il **risultato netto di pertinenza della Capogruppo** è stato pari a 90,4 milioni di euro, in deciso miglioramento rispetto alla perdita di 27,9 milioni di euro del primo trimestre 2017.

Dati previsionali a fine 2018

I dati previsionali 2018 confermano le performance operative indicate lo scorso 26 febbraio, nonostante la maggiore volatilità dei cambi e la decisione di accelerare sulla riduzione dell'esposizione nel segmento standard a minore redditività. Tali previsioni sono in linea con la strategia di valore del piano industriale 2017-2020, incentrato sulla focalizzazione sull'High Value.

Sulla base dei dati dei risultati del primo trimestre 2018, Pirelli prevede per il 2018:

- una crescita organica dei ricavi uguale o maggiore di +9% (circa +10% la precedente indicazione) per effetto di una minore crescita attesa sui volumi a seguito della decisione di accelerare nella riduzione sull'esposizione sul segmento Standard. Confermata invece la crescita attesa sull'High Value. Includendo l'effetto dei cambi, di minori volumi per la progressiva riduzione sul segmento Standard, nonché dei nuovi principi contabili IFRS 15 (precedentemente non inclusi nella guidance), la crescita complessiva dei ricavi è attesa a circa +4% (maggiore o uguale a +6% la precedente indicazione).
- Confermato il crescente peso della componente High Value, che sarà pari a maggiore o uguale al 60% dei ricavi complessivi a fine 2018 (circa 60% la precedente indicazione);
- Confermate le previsioni di profittabilità, con un Ebit Adjusted ante costi start-up atteso superiore a 1 miliardo di euro. L'effetto derivante dalla maggiore volatilità dei cambi e di minori volumi è compensato da un minore impatto derivante dai costi delle materie prime (da -95 milioni di euro a circa -80 milioni di euro).
- Confermata l'incidenza del segmento High Value sull'Ebit Adjusted ante costi di Start up uguale o superiore all'83%;
- Confermati costi di start up in calo a circa 40 milioni di euro;
- Confermato Ebit Adjusted atteso a circa 1 miliardo di euro;
- Confermato rapporto fra posizione finanziaria netta ed Ebitda Adjusted ante costi start-up pari a circa 2,3 volte;
- Confermato capEx pari a circa l'8% dei ricavi.

Nuova struttura organizzativa

Come anticipato in data 17 aprile 2018, il Consiglio di Amministrazione di Pirelli, su proposta del Vice Presidente Esecutivo e Ceo, Marco Tronchetti Provera, ha approvato uno sviluppo della struttura organizzativa mirata a consolidare l'implementazione del modello integrato di business. La nuova organizzazione prevede che al Vice Presidente Esecutivo e Ceo continuino a rispondere tutte le funzioni di staff e le 'Regions' per le tematiche istituzionali e di coordinamento complessivo. Inoltre risponderanno al Vice Presidente Esecutivo e Ceo anche la neo costituita Direzione Generale Operations affidata ad

Andrea Casaluci, che raggruppa funzioni già precedentemente a riporto di Marco Tronchetti Provera o di suoi riporti diretti, l'area "Technology", affidata all'Executive Vice President Technology **Maurizio Boiocchi**, e la funzione "Digital", affidata a **Pier Paolo Tamma** che entrerà nel gruppo il 1° luglio.

Eventi successivi al 31 marzo 2018

In data 21 aprile 2018 con riferimento all'Assemblea ordinaria degli Azionisti di Pirelli & C. SpA convocata per il 15 maggio 2018 in unica convocazione, per deliberare, tra l'altro, in merito alla nomina dei membri del Collegio sindacale e all'aumento del numero dei componenti il Consiglio di Amministrazione, la Società ha reso noto che, entro i termini previsti, sono state depositate due liste di candidati per il rinnovo del Collegio Sindacale da parte di Marco Polo International Italy S.p.A. (azionista di maggioranza della Società) nonché da parte di un gruppo di società di gestione del risparmio e investitori istituzionali. Inoltre, il medesimo gruppo di società di gestione del risparmio e investitori istituzionali di cui sopra ha comunicato che formulerà all'Assemblea la proposta di nominare quale nuovo amministratore Giovanni Lo Storto, che ha dichiarato di possedere i requisiti per essere qualificato "indipendente".

© riproduzione riservata
pubblicato il 15 / 05 / 2018