

Hankook Tire ha annunciato i risultati finanziari per il primo trimestre 2020 con un fatturato globale consolidato di 1.435,7 trilioni di KRW (ca. 1,0905 miliardi di Euro) e un utile d'esercizio di 105,8 miliardi di KRW (ca. 80,4 milioni di Euro).

I ricavi di Hankook Tire sono calati in seguito al drastico calo nella domanda di pneumatici causato dalla crisi economica mondiale dovuta alla pandemia di COVID-19 e a una minore fiducia dei consumatori. Il COVID-19 ha avuto un impatto globale sui principali mercati mondiali e ha comportato una contrazione della domanda di pneumatici di primo equipaggiamento e sostitutivi, e un adattamento delle giornate lavorative degli stabilimenti di produzione globali.

Risultati finanziari consolidati T1 2020

(Unità: Miliardi KRW)	T1 ES 2019	T4 ES 2019	T1 ES 2020
Vendite	1.642,4	1.664,9	1.435,7
Utile d'esercizio	140,6	117,2	105,8

(Unità: Milioni USD)	T1 ES 2019	T4 ES 2019	T1 ES 2020
Vendite	1.459,8	1.416,0	1.202,8
Utile d'esercizio	125,0	99,7	88,6

(Unità: Milioni EUR)	T1 ES 2019	T4 ES 2019	T1 ES 2020
Vendite	1.285,3	1.278,8	1.090,5
Utile d'esercizio	110,0	90,0	80,4

***Tassi di cambio:**

	T1 ES 2019	T4 ES 2019	T1 ES 2020
USD / KRW	1.125,08	1.175,81	1.193,60
EUR / KRW	1.277,88	1.301,97	1.316,58

Nonostante le conseguenze del COVID-19, i pneumatici di grandi dimensioni, dai 18 pollici in su, hanno rappresentato il 33,7% delle vendite di pneumatici per autoveicoli, il che rappresenta un aumento del 2,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Questo risultato è il frutto delle avanzatissime tecnologie globali e della qualità di Hankook. La costante crescita degli pneumatici di grandi dimensioni sopra ai 18 pollici in Nord America, Corea del Sud e Cina ha ulteriormente consolidato la sua immagine di marchio premium.

Guardando in avanti, Hankook Tire prevede di consolidare ulteriormente la propria

posizione come marchio premium aumentando le vendite di pneumatici di grandi dimensioni (sopra i 18 pollici) nei mercati principali, fornendo gli pneumatici di primo equipaggiamento per i veicoli premium e rafforzando la competitività del proprio prodotto. Ottimizzando le strategie di vendita di ogni regione, Hankook mira a far crescere le vendite per aiutare l'azienda a superare la difficile contingenza di mercato. Tra le misure previste vi è una diversificazione dell'offerta di prodotti e una continua espansione dei canali di vendita sulla base delle reti di produzione e di distribuzione globali.