

Grupa Michelin zwiększa przychody

data aktualizacji: 2012.11.08

W pierwszych dziewięciu miesiącach br. Grupa Michelin osiągnęła sprzedaż netto na poziomie 16,1 mld euro, co oznacza wzrost o 6% w stosunku do analogicznego okresu roku 2011, kiedy sprzedaż wyniosła 15,3 mld euro.

Minione dziewięć miesięcy charakteryzowało się słabszym popytem na rynkach rozwiniętych, szczególnie w Europie, co wynikało z trudnej sytuacji gospodarczej. Ze względu na efekt wysokiej bazy wolumen sprzedaży – zgodnie z oczekiwaniami – obniżył się o 6,7%.

Grupa Michelin podtrzymuje swoje oczekiwania względem wyników za cały 2012 rok, który zakończyć się ma wzrostem zysku operacyjnego przy spadku wolumenów sprzedaży.

Pierwsze wyposażenie

Wolumen sprzedaży opon wzrósł o 8%, w dużej mierze dzięki popytowi w Ameryce Północnej (wzrost o 19%) i Azji (wzrost o 14%). Ujemna dynamika sprzedaży miała miejsce w Europie (spadek o 5%) i Ameryce Południowej (spadek o 1%).

Rynek wymiany

W większości regionów spadł wolumen sprzedaży. Globalnie, w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, wolumen sprzedaż w pierwszych 9 miesiącach 2012 r. spadł o 4%, przy czym największy spadek odnotowano na rynku europejskim (- 10%). Z kolei niewielkie wzrosty miały miejsce w krajach Azji i Ameryki Południowej.

Pierwsze wyposażenie

Wolumen sprzedaży opon do samochodów ciężarowych w pierwszych trzech kwartałach spadł o 4% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W Ameryce Północnej oraz krajach Afryki, Bliskiego Wschodu i Indiach odnotowano wzrost wolumenu sprzedaży – odpowiednio o 9% i 31%. Największy spadek – o 31%, zanotowano w krajach Ameryki Południowej. Z kolei rynek europejski skurczył się o 3%.

Rynek wymiany

Wolumen sprzedaży spadł niemal na wszystkich rynkach. Globalnie spadek wyniósł -7%, a wzrosty zanotowano jedynie w regionie Afryki, Bliskiego Wschodu i Indii oraz w Ameryce Południowej.

Źródło: