

Wyniki Michelin za I połowę 2013 r.

data aktualizacji: 2013.08.06



Francuski producent opon opublikował wyniki, jakie osiągnął w pierwszej połowie br. Firma odnotowała sprzedaż na poziomie 10,16 mld euro, co jest zgodne z jej wcześniejszymi założeniami. Zysk operacyjny przed uwzględnieniem czynników jednorazowych wyniósł 1,15 mld euro.

(w milionach euro)	I poł. 2013	I poł. 2012
Sprzedaż netto	10 159	10 706
Zysk operacyjny przed uwzględnieniem pozycji jednorazowych	1 153	1 320
Marża operacyjna	11,3%	12,3%
Opony do samochodów osobowych i dostawczych oraz ich dystrybucja	10,3%	10,6%
Opony ciężarowe i ich dystrybucja	6,5%	6,4%
Działalność specjalistyczna	23,3%	27,4%
Zysk operacyjny po uwzględnieniu pozycji jednorazowych	903	1 417
Zysk netto	507	915
Nakłady inwestycyjne	762	660
Zadłużenie netto	1 114	2 177
Zadłużenie netto/Kapitał własny	12%	26%
Wolne środki pieniężne ¹	147	7

Wynagrodzenia pracowników ²	113 200	114 700
--	---------	---------

¹ Wolne środki pieniężne wypracowane w działalności operacyjnej minus wydatki inwestycyjne

² Na koniec roku

Grupa Michelin podkreśla znaczenie otoczenia rynkowego, które podobnie jak w poprzednich okresach było niekorzystne na rynkach rozwiniętych, ale sprzyjające na rynkach wschodzących. Producent zakłada poprawę sytuacji, spodziewając się niewielkiego wzrostu wolumenów w drugiej połowie roku.

Wolumen sprzedaży opon do samochodów osobowych i dostawczych

I poł. 2013 % zmiana rok do roku	Europa, Rosja, Turcja	Ameryka Północna	Azja (bez Indii)	Ameryka Południowa	Afryka, Bliski Wschód, Indie	Łącznie
Pierwsze wyposażenie	- 3%	+ 4%	+ 3%	+ 14%	- 9%	+ 1%
Rynek wymiany	- 4%	+ 0%	+ 6%	+ 8%	+ 6%	+ 1%

II kw. 2013 % zmiana rok do roku	Europa, Rosja, Turcja	Ameryka Północna	Azja (bez Indii)	Ameryka Południowa	Afryka, Bliski Wschód, Indie	Łącznie
Pierwsze wyposażenie	+ 4%	+ 7%	+ 3%	+ 20%	- 9%	+ 4%
Rynek wymiany	+ 3%	+ 1%	+ 5%	+ 9%	+ 8%	+ 4%

Pierwsze wyposażenie

- W Europie wolumen sprzedaży opon w I połowie 2013 roku zmniejszył się o 3 proc. W II kwartale 2013 roku odnotowano wzrost wolumenów sprzedaży o 4 proc. wobec spadku o 11 proc. w I kwartale 2013 roku, co było spowodowane zmniejszaniem zapasów przez producentów samochodów. Wolumeny sprzedaży na rynkach państw Europy Wschodniej zmniejszyły się o 4 proc.

- W Ameryce Północnej odnotowano wzrost sprzedaży o 4 proc., co było efektem wzrostu sprzedaży samochodów.

- W Azji nastąpił wzrost sprzedaży o 3 proc., na co wpływ miały wzrosty na rynku chińskim (13 proc.) i w krajach Azji Południowo-Wschodniej (17 proc.). Z kolei w Japonii popyt zmniejszył się o 16 proc. w wyniku przenoszenia produkcji samochodów do innych krajów oraz zakończenia w 2012 roku rządowych dotacji dla kupujących samochody.

- W Ameryce Południowej kontynuowany był silny trend wzrostowy obserwowany od jesieni 2012

roku; w I połowie 2013 roku popyt wzrósł o 14 proc.

Rynek wymiany

- W Europie, w nadal niepewnej sytuacji ekonomicznej, wolumen sprzedaży spadł o 4 proc. W segmencie opon zimowych wolumeny sprzedaży spadły o 20 proc., co było wynikiem łagodnej zimy na początku roku. Segment opon letnich powoli odbudowuje sprzedaż po słabym 2012 roku. Wolumen sprzedaży w segmencie opon o wysokich osiągnięciach (17 cali i większe) wzrósł o 6 proc.

- Popyt w Ameryce Północnej pozostał na stabilnym poziomie. Wzrost sprzedaży w II kw. (1 proc.) pozwolił zniwelować spadek z początku roku (- 2 proc.). Dodatkowo, po zniesieniu ceł jesienią 2012 roku, na rynku amerykańskim zwiększył się import z Chin.

- W Azji odnotowano wzrost popytu o 6 proc., na co wpływ miał wzrost w Chinach o 9 proc. odnotowany pomimo pogorszenia sytuacji gospodarczej w tym kraju. W Japonii wolumen sprzedaży wzrósł o 1 proc., co oznacza powrót do długoterminowego trendu.

- W Ameryce Południowej odnotowano wzrost na poziomie 8 proc., na co złożyły się znaczące wzrosty we wszystkich krajach.

Wolumen sprzedaży opony do samochodów ciężarowych

I Poł. 2013 % zmiana rok do roku	Europa, Rosja, Turcja	Ameryka Północna	Azja (bez Indii)	Ameryka Południowa	Afryka, Bliski Wschód, Indie	Łącznie
Pierwsze wyposażenie*	+ 0%	- 13%	+ 4%	+ 41%	- 9%	+ 1%
Rynek wymiany*	+ 8%	- 2%	+ 2%	+ 6%	+ 7%	+ 3%

II kw. 2013 % zmiana rok do roku	Europa, Rosja, Turcja	Ameryka Północna	Azja (bez Indii)	Ameryka Południowa	Afryka, Bliski Wschód, Indie	Łącznie
Pierwsze wyposażenie*	+ 3%	- 13%	+ 10%	+ 55%	- 6%	+ 5%
Rynek wymiany*	+ 10%	+ 2%	+ 10%	+ 9%	+ 12%	+ 8%

*Tylko rynek opon radialnych

Pierwsze wyposażenie

- Pomimo niepewnej sytuacji ekonomicznej popyt na rynku europejskim był stabilny w I połowie roku.

- W Ameryce Północnej niepewność ekonomiczna i wzrost cen samochodów ciężarowych spowodowały spadek wolumenów sprzedaży o 12 proc. Na istotny spadek wpływ miał również efekt wysokiej bazy spowodowany dobrą sprzedażą w pierwszej połowie 2012 roku.

- Na rynkach azjatyckich wolumen sprzedaży odnotował wzrost o 4 proc., na co wpływ miał wzrost w Chinach o 6 proc., bardzo silny wzrost w krajach Azji Południowo-Wschodniej o 28 proc. oraz spadek w Japonii o 11 proc.

- W Ameryce Południowej popyt wzrósł o 41 proc., powracając do wcześniej notowanych poziomów.

Rynek wymiany

- Wolumen sprzedaży w Europie wzrósł o 8 proc., ale pozostaje on na historycznie niskich poziomach. Odnotowany wzrost był spowodowany odbudową stanów magazynowych. Z kolei w Europie Wschodniej popyt wzrósł o 12 proc.

- W Ameryce Północnej, pomimo wzrostu o 2 proc. w II kwartale 2013 roku spowodowanego poprawą sytuacji w sektorze transportowym, w całym I półroczu wolumen sprzedaży spadł o 2 proc.

- Popyt w Azji wzrósł o 2 proc., głównie dzięki wzrostowi sprzedaży o 10 proc. w II kwartale 2013 roku. Wolumen sprzedaży rósł na głównych rynkach regionu – w Chinach, w Azji Południowo-Wschodniej oraz w Japonii.

- W Ameryce Południowej nastąpił wzrost wolumenu sprzedaży o 6 proc., co było spowodowane wzrostem transportu drogowego w Brazylii oraz odbudową stanów magazynowych.

Jak spodziewa się Michelin, spadek cen surowców w drugiej połowie roku powinien pozwolić firmie na zwiększenie zysku operacyjnego o 350 mln euro.

Źródło: