

Michelin prezentuje wyniki finansowe

data aktualizacji: 2016.04.22



5,1 mld euro - tyle wyniosła sprzedaż netto Grupy Michelin w pierwszym kwartale 2016 roku. Odnotowany wzrost wolumenu sprzedaży na poziomie 3,7% przewyższa tempo rozwoju rynku we wszystkich segmentach działalności.

Większe wolumeny sprzedaży wypracowane przez poszczególne obszary produktowe wyniosły w przypadku opon do samochodów osobowych i dostawczych +4%, zaś opon ciężarowych +3%. Stabilną pozycją utrzymał natomiast segment opon specjalistycznych.

Jeśli chodzi o sprzedaż opon do samochodów osobowych i dostawczych, Grupa osiągnęła bardzo dobre wyniki na rynkach pierwszego wyposażenia w Ameryce Północnej, Brazylii, Europie i Chinach. Firma odnotowała dodatkowo wzrost udziału w rynku pierwotnym. W przypadku opon na wymianę wzrost utrzymywał się na wszystkich rynkach wschodzących. Znacznego udziału rynkowego Grupa zdobyła w Brazylii, Rosji, Chinach, Azji Wschodniej, Afryce, Indiach i na Bliskim Wschodzie.

W przypadku opon do samochodów ciężarowych, firma odnotowała znaczący wzrost udziału w rynku dzięki doskonałym wynikom w segmencie pierwszego wyposażenia we wszystkich strefach. Sukces odniosły nowe produkty ze średniej półki, w szczególności marka BFGoodrich w Brazylii i Australii oraz marka Uniroyal w Ameryce Północnej. Marka Michelin wzmocniła swoją pozycję. Istotny wzrost sprzedaży odnotowano w Rosji, Europie i Ameryce Północnej. Na szczególną uwagę zasługuje bardzo dobry odbiór oferty Effitrailer Michelin Solutions oraz przyspieszenie wdrożenia usług Michelin Tire Care.

Źródło: