

Il Consiglio di Amministrazione di Pirelli & C. Spa ha approvato i risultati al 31 marzo 2020.

Nel primo trimestre 2020, anche il settore tyre ha fortemente risentito dell'impatto dall'emergenza Covid19 a livello globale e delle misure di lockdown a questa collegate, con un generale deterioramento delle condizioni economiche, un calo dei consumi e della produzione.

La domanda di pneumatici auto ha registrato nel trimestre una flessione del 20% dei volumi di vendita, calo che ha interessato sia il Primo Equipaggiamento (-22,7%, in linea con la produzione auto) sia i Ricambi (-19,3% per effetto delle restrizioni sulla mobilità).

La flessione della domanda ha colpito in particolar modo il segmento Standard (-22% per i pneumatici Car $\leq 17''$) e, a un tasso minore, il New Premium (-11,6% per i pneumatici Car $\geq 18''$), segmento più resiliente.

Nel corso del trimestre, la produzione di Pirelli ha registrato forti discontinuità per la sospensione dell'attività nei Paesi in cui questo si è reso via via necessario sia per la tutela della salute dei lavoratori, obiettivo prioritario della società, sia a fronte del marcato calo della domanda.

L'esperienza maturata in Cina, dove le attività produttive e commerciali stanno tornando alla normalità, ha consentito a Pirelli di rispondere tempestivamente al profondo mutamento di scenario a livello globale, definendo un piano di azione e nuovi obiettivi per il 2020, comunicati al mercato lo scorso 3 aprile.

Tale piano, i cui primi benefici sono visibili nel primo trimestre, prevede una serie di azioni volte a:

- garantire la salute e la sicurezza dei propri dipendenti, adottando tutte le misure di prevenzione;
- tutelare la redditività e la generazione di cassa, attraverso il contenimento dei costi e la rimodulazione dei programmi di investimento;
- rafforzare la struttura patrimoniale. In questa direzione si inseriscono la sottoscrizione di una nuova linea bancaria "sustainable" per 800 milioni di euro a 5 anni (già comunicata al mercato) e, in generale, l'ottimizzazione della struttura finanziaria allungando le scadenze sul debito;
- prepararsi per la fase di ripresa, attraverso la graduale riapertura degli impianti, una stretta collaborazione con la rete di vendita (per esempio nell'adozione delle norme sanitarie e nella digitalizzazione dei servizi), una semplificazione della gamma di

prodotto con maggiore focalizzazione su Specialties e prodotti a calettamento ≥ 19 pollici.

I risultati di Pirelli nel primo trimestre 2020 sono caratterizzati da:

- ricavi pari a 1.051,6 milioni di euro, in flessione del 20% rispetto al primo trimestre 2019 (-18,5% la variazione organica) per effetto del citato calo della domanda. I ricavi High Value sono stati pari al 69,6% del totale (+1,5 punti percentuali rispetto al 68,1% del primo trimestre 2019);
- una profittabilità (Ebit margin adjusted) pari al 13,4% (16,7% nel primo trimestre del 2019). L'Ebit Adjusted è stato pari a 141,1 milioni di euro. Il contributo delle efficienze e delle azioni di contenimento dei costi (pari a circa 64 milioni di euro) ha limitato l'impatto dello scenario esterno (debolezza della domanda, pressione sui prezzi, volatilità dei cambi e aumento del costo dei fattori produttivi);
- utile netto totale pari a 38,5 milioni di euro (101,4 milioni di euro nel primo trimestre 2019), con un rapporto sui ricavi pari al 3,7%;
- un flusso di cassa netto pari a -753,5 milioni di euro, sostanzialmente in linea con il trend del primo trimestre 2019 (-713 milioni di euro). I minori investimenti e il miglioramento della gestione finanziaria hanno mitigato l'impatto della performance operativa;
- una Posizione Finanziaria Netta al 31 marzo 2020 negativa per 4.261 milioni di euro (-3.507,2 al 31 dicembre 2019, 4.387,3 milioni di euro al 31 marzo 2019).
- un margine di liquidità pari a 2.115 milioni di euro, con scadenze sul debito garantite per circa 3 anni grazie anche al diritto della società di estendere il debito bancario in scadenza nel 2022 (pari a circa 1,98 miliardi di euro al 31 marzo 2020) fino al 2024.

Il piano di competitività dei costi e le azioni per contrastare il Covid-19

Il "piano di competitività dei costi", annunciato lo scorso 19 febbraio, è articolato in 4 cantieri (costo del prodotto, manufacturing, organizzazione e SG&A), con benefici per il 2020 inizialmente attesi per 180 milioni di euro, pari a 110 milioni di euro al netto dell'inflazione. Il piano è in linea con le previsioni, eccetto alcuni progetti del cantiere Manufacturing - impattati dall'emergenza Covid che ha comportato lo slowdown della produzione - con il conseguente congelamento di circa 20 milioni di euro di efficienze. Conseguentemente i benefici ora attesi sull'anno dal "piano di competitività" sono pari a circa 160 milioni di euro. Sono confermati i 110 milioni di euro di benefici al netto dell'inflazione, il cui impatto ora stimato è pari a -50 milioni di euro rispetto ai -70 milioni della precedente indicazione.

Per limitare gli effetti del lockdown della produzione e del calo della domanda, Pirelli ha avviato, inoltre, un secondo piano di contenimento costi (Azioni Covid) – già reso noto lo scorso 3 aprile. Tale piano, pari a complessivi 120 milioni di euro sull'anno, comprende azioni a breve termine di riduzione di costi discrezionali (SG&A), revisione di attività marketing e comunicazione, rinegoziazione dei contratti con i fornitori, prioritizzazione degli investimenti in R&D ed efficienze sul canale distributivo. Tali risparmi consentiranno di bilanciare i costi derivanti dallo slowdown della produzione, stimati pari a circa 90 milioni di euro nel 2020.

Complessivamente, i benefici dei due piani (Piano Competitività e Azioni Covid) ammontano a circa 280 milioni di euro (circa 6% della base costi 2019), 140 milioni di euro al netto dell'inflazione e dello slowdown (circa 3% della base costi 2019).

Nel primo trimestre del 2020, i benefici netti dei due piani ammontano a complessivi 33 milioni di euro (circa 64 milioni di euro i benefici lordi) di cui:

- circa 16 milioni di euro del Piano Competitività, in linea con quanto previsto dal Piano nel primo trimestre (circa 31 milioni di euro i benefici al lordo dell'inflazione pari a -15 milioni di euro)
- circa 17 milioni di euro delle Azioni Covid (circa 33 milioni euro prima dell'impatto slowdown pari a -16 milioni di euro)

Vendite

Ricavi (milioni di euro)	31/03/2020	% sul totale	31/03/2019	% sul totale	Variazione a/a	Variazione a/a organica
High Value	732,2	69,6%	895,0	68,1%	-18,2%	-18,6%
Standard	319,4	30,4%	418,8	31,9%	-23,7%	-18,2%
Totale	1.051,6	100%	1.313,8	100%	-20,0%	-18,5%

I ricavi sono stati pari a 1.051,6 milioni di euro, con una flessione del 20% rispetto al primo trimestre 2019. Escludendo l'effetto dei cambi e l'adozione del principio contabile IAS 29 per tener conto dell'alta inflazione in Argentina (per un impatto complessivo pari a -1,5%), la variazione organica dei ricavi è stata pari a -18,5%.

Varianti dei ricavi		31/03/ 2020
Volumi	<i>di cui High Value -14,2%</i> <i>di cui Standard -20,2%</i>	-17,2%
Price/Mix		-1,3%
Cambi/IAS 29 Argentina		-1,5%
Totale variazione		-20,0%

I ricavi High Value, pari a 732,2 milioni di euro hanno registrato un calo del 18,2% rispetto al corrispondente periodo 2019, per effetto del generale calo della domanda e per l'esposizione di Pirelli in Apac, maggiormente colpita dall'impatto Covid-19 nel primo trimestre 2020. L'incidenza dei ricavi High Value sul totale delle vendite è cresciuto di 1,5 punti percentuali al 69,6% rispetto al 68,1% del primo trimestre 2019.

L'andamento dei volumi complessivi (-17,2% nel primo trimestre 2020) riflette il calo della domanda (- 20,3% il mercato Car, -13% il mercato moto) che ha interessato in particolar modo il segmento Standard (-20,2% i volumi Pirelli) e in modo minore, il segmento High Value (-14,2% i volumi Pirelli). I volumi Car New Premium (≥ 18 pollici) sono calati del 14,4% (-11,6% il mercato) anche per effetto dell'elevata esposizione sull'area Apac.

Diversa la performance per canale sul Car New Premium:

- sul Primo Equipaggiamento Pirelli ha registrato un calo in volumi del 9,5% grazie alla diversificazione del portafoglio clienti, anche a seguito dei nuovi contratti in Nord America e in Apac, già avviati nel secondo semestre del 2019;
- sul canale Ricambi, viceversa, Pirelli ha accusato un calo dei volumi del -18,1% in considerazione:
 1. della forte esposizione sul mercato cinese che nel primo trimestre ha registrato un calo del 54% sul Car Replacement $\geq 18''$, segmento in cui Pirelli è leader;
 2. di una politica commerciale volta a mantenere livelli di scorte contenuti presso i principali partner di distribuzione in Europa e Nord America in vista della ripartenza delle attività.
- Il trend del price/mix (-1,3%) riflette:
 1. il diverso mix di vendita rispetto al primo trimestre 2019, con un mix canale in peggioramento (per la decrescita del Replacement più marcata di quella nel Primo

Equipaggiamento) e un temporaneo calo del mix Region per minori vendite in Apac e in Europa e Nord America, colpite prima dalle misure di lockdown rispetto a Russia e Sud America;

- il permanere della pressione competitiva sui prezzi, in linea con i trimestri precedenti. Negativo l'impatto dei cambi, che sono stati pari a -1,5% per effetto della debolezza delle valute emergenti.

Redditività

Redditività (milioni di euro)	31/03/2020	% sui ricavi	31/03/2019	% sui ricavi	Variazione a/a
Ebitda Adjusted	244,2	23,2%	315,6	24,0%	-22,6%
Ebitda	220,2	20,9%	308,2	23,5%	-28,7%
Ebit Adjusted	141,1	13,4%	219,2	16,7%	-35,6%
Ebit	88,4	8,4%	183,1	13,9%	-51,7%

L'Ebitda Adjusted al 31 marzo 2020 è stato pari a 244,2 milioni di euro (-22,6% rispetto ai 315,6 milioni di euro del corrispondente periodo 2019). L'Ebitda adjusted include costi indiretti legati all'emergenza COVID-19 per complessivi 24 milioni di euro, di cui 16 milioni relativi a slowdown legati alla temporanea chiusura di alcuni stabilimenti produttivi nel corso del trimestre.

L'Ebit adjusted è pari a 141,1 milioni di euro (219,2 milioni di euro nel primo trimestre 2019) con un margine Ebit adjusted pari al 13,4% (16,7% nello stesso periodo del 2019). Le azioni di efficienza e il programma di riduzione dei costi legato all'emergenza Covid hanno contribuito a contenere gli impatti dello scenario esterno (forte debolezza della domanda, pressione sui prezzi, volatilità dei cambi e dell'inflazione del costo dei fattori produttivi).

Più in particolare:

- il programma di Competitività dei Costi ha generato efficienze strutturali per 31 milioni di euro (3% dei ricavi) compensando l'inflazione del costo dei fattori produttivi (-15 milioni di euro), la temporanea negatività del price/mix (-15 milioni di euro) e l'impatto cambi (-1 milione di euro). Le efficienze hanno riguardato principalmente il costo del prodotto (ottimizzazione delle specifiche e razionalizzazione dei componenti), l'organizzazione (reingegnerizzazione dei processi) e i costi SG&A (stretto controllo delle spese generali);
- il piano di riduzione costi legato all'emergenza Covid, pari a 33 milioni nel primo trimestre, ha coperto l'impatto dello slowdown (-16 milioni di euro) e i maggiori costi

di materie prime (-3 milioni di euro). Le azioni di riduzione costi hanno riguardato costi discrezionali (SG&A), revisione di attività marketing e comunicazione, rinegoziazione dei contratti con i fornitori, prioritizzazione degli investimenti in R&D ed efficienze sul canale distributivo;

- Negativo, infine, l'impatto dei volumi (-95 milioni di euro) mentre la voce Ammortamenti e altri costi risulta positiva per 4 milioni di euro.

L'Ebit è stato pari a 88,4 milioni di euro (183,1 milioni di euro nel primo trimestre 2019) con un margine Ebit Adjusted pari all'8,4% (13,9% nel corrispondente periodo 2019) e include:

- ammortamenti di intangible asset identificati in sede di PPA per 28,7 milioni di euro (in linea con il primo trimestre 2019);
- oneri non ricorrenti e di ristrutturazione per 16,7 milioni di euro (5,1 milioni di euro nel primo trimestre 2019) relativi principalmente ad azioni di razionalizzazione delle strutture;
- oneri relativi al piano di retention approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 26 febbraio 2018 per 1,9 milioni di euro (2,3 milioni di euro nel primo trimestre 2019);
- costi diretti legati all'emergenza Covid-19 pari a 5,4 milioni di euro che includono i costi sostenuti l'acquisto di materiali di protezione per il personale.

Risultato netto e Posizione finanziaria netta

Il risultato da partecipazioni è negativo per 5,3 milioni, rispetto ai +2 milioni di euro del primo trimestre 2019.

Gli oneri finanziari netti sono risultati pari a 32,5 milioni di euro, in calo di 15,6 milioni di euro rispetto ai 48,1 milioni di euro del 31 marzo 2019. Il costo del debito su base annua (calcolato come media degli ultimi dodici mesi) è in calo al 2,54% rispetto al 2,83% del 31 dicembre 2019. In particolare si segnalano:

- la minore incidenza del debito denominato in high yield currencies (principalmente in Messico) e la riduzione dei tassi di interesse in questi Paesi (Brasile principalmente);
- il minore costo delle fonti di finanziamento a livello centrale grazie alle azioni di rifinanziamento effettuate nel corso del 2019;
- la riduzione del margine di interesse avvenuta nella seconda metà del 2019 sulla principale linea bancaria.

Gli oneri fiscali del primo trimestre 2020 ammontano a 12,1 milioni di euro a fronte di un utile ante imposte di 50,6 milioni di euro con un tax rate che si attesta al 24%, in linea con il

tax rate atteso per l'esercizio 2020.

Il risultato netto è stato pari a 38,5 milioni di euro rispetto a 101,4 milioni di euro del corrispondente periodo 2019.

La posizione finanziaria netta è passiva per 4.260,7 milioni di euro rispetto a 3.507,2 milioni di euro del 31 dicembre 2019 e a 4.387,3 milioni di euro al 31 marzo 2019.

Al 31 marzo 2020 il margine di liquidità è pari a 2.115 milioni di euro ed è composto da:

- 1.305,0 milioni di euro di linee di credito committed non utilizzate;
- 797,8 milioni di euro relativi a disponibilità liquide
- 12 milioni di euro di attività finanziarie a fair value rilevato a conto economico

Le linee di credito committed e non utilizzate al 31 marzo (1.305 milioni di euro) includono 800 milioni di euro di una nuova linea bancaria a 5 anni (già annunciata al mercato) parametrata agli obiettivi di sostenibilità ambientale e di economia circolare del gruppo. Tale linea bancaria nel mese di aprile è rientrata nelle disponibilità liquide del gruppo.

Il margine di liquidità di 2.115 milioni di euro garantisce la copertura delle scadenze sul debito per i prossimi 3 anni grazie anche al diritto della società di estendere il debito bancario in scadenza nel 2022 (pari a circa 1,98 miliardi di euro al 31 marzo 2020) fino al 2024. A partire dal mese di marzo sono state, inoltre, estese al 2021 le scadenze, originariamente previste nel 2020, di due linee bancarie per complessivi 450 milioni di euro.

Il flusso di cassa netto è negativo per 753,5 milioni di euro, sostanzialmente in linea con il trend del primo trimestre 2019 (-713 milioni di euro), dove i minori investimenti (capex e investimenti finanziari in partecipazioni) e il miglioramento della gestione finanziaria hanno mitigato l'impatto della performance operativa.

Più in dettaglio, il flusso di cassa netto della gestione operativa nel primo trimestre 2019 è stato negativo per 696,5 milioni di euro (601,5 milioni di euro nel primo trimestre 2019) e riflette:

- investimenti materiali e immateriali (CapEx) per 56,6 milioni di euro (78 milioni di euro nel primo trimestre 2019). Gli investimenti sono destinati principalmente alle attività High Value, al costante miglioramento del mix e della qualità di tutte le fabbriche;
- incrementi di diritti d'uso IFRS 16 per 22,9 milioni di euro derivanti dall'applicazione del principio IFRS 16 e relativi ai nuovi contratti di leasing sottoscritti nel corso del

2019;

- la consueta stagionalità del capitale circolante con assorbimento di cassa negativo per 861,2 milioni di euro, leggermente superiore al dato del primo trimestre 2019 (-836,0 milioni di euro) per effetto dell'incremento delle scorte, materie prime e prodotti finiti, per il rallentamento della produzione e successiva chiusura degli impianti a causa dell'emergenza Covid-19.

Il peso delle scorte al 31 marzo 2020 è pari al 22% dei ricavi (dato ultimi 12 mesi), 22% al 31 marzo 2019 e 20,5% al 31 dicembre 2019.

La società ha già attivato azioni specifiche al fine di riequilibrare il livello delle scorte di materie prime e prodotti finiti al nuovo scenario di mercato.

Dati previsionali 2020

Per i dati previsionali 2020 si rinvia agli obiettivi già comunicati il 3 aprile 2020, che restano pertanto confermati.

[Il PDF con i risultati completi: CLICCA QUI](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 14 / 05 / 2020