

Il Consiglio di Amministrazione di Pirelli & C. Spa ha approvato i risultati consolidati al 30 giugno 2021, che riflettono l'attuale contesto di generale ripresa e l'implementazione dei "programmi chiave" del Piano industriale 2021-2022|2025. Il secondo trimestre è in decisa crescita, con ricavi a +72,6%, mentre sul semestre la crescita è del 41,2%. L'utile netto nel semestre è pari a 131,6 milioni di euro. Visti i risultati e il buon andamento della domanda, Pirelli ha rivisto al rialzo i target 2021, con ricavi attesi tra i 5 e 5,1 miliardi di euro, mentre l'obiettivo precedente si attestava tra i 4,7 e 4,8 miliardi di euro. Confermati gli investimenti per circa 330 milioni di euro.

## **I programmi chiave del Piano industriale 2021-2022|2025**

- **Programma Commerciale**

Rafforzato il posizionamento sull'High Value in tutte le Region e su entrambi i canali (Primo Equipaggiamento e Ricambi). In crescita l'esposizione sull'elettrico, con volumi sul Primo Equipaggiamento pari a circa 9 volte quelli del primo semestre 2020. La società ha inoltre consolidato la leadership in Cina sull'alto di gamma sia sul Primo Equipaggiamento (grazie alla forte esposizione a produttori auto Premium e anche alle partnership con i principali produttori locali Premium di veicoli elettrici) che sul Ricambio (grazie alla catena distributiva e il forte sviluppo dell'on-line, pari a circa il 27% dei volumi).

- **Programma Innovazione**

Nel corso del primo semestre è proseguito il piano di omologazioni con i partners OEMs, con ~170 omologazioni tecniche (pari a circa il 50% dell'obiettivo annuale) concentrate per circa l'85% sui calettamenti  $\geq 19''$  e per circa il 50% sulle Specialties. Nel canale Ricambi sono state lanciate quattro linee prodotto dedicate al Replacement (2 linee in Europa e 2 in Nord America, che arricchiscono l'offerta All season e di pneumatici dedicati al segmento CUV-SUV). Pirelli ha, inoltre, avviato la produzione del [primo pneumatico al mondo certificato dal Forest Stewardship Council \(FSC\)](#), ONG internazionale che promuove la gestione responsabile delle foreste nel mondo. Tale certificazione conferma la provenienza dei materiali (gomma naturale e rayon) da piantagioni che preservano la diversità biologica e supportano le comunità locali e i lavoratori. A supporto della business transformation, ha lanciato anche nuove iniziative di alta formazione sviluppate in ambito R&D con la collaborazione del Politecnico di Milano.

- **Programma Competitività**

La Fase 2 del piano di efficienze ha permesso di conseguire benefici lordi per 83

milioni di euro (50 milioni di euro al netto dell'inflazione) relativi al costo del prodotto (modularity e design-tocost), manufacturing (completamento dell'ottimizzazione del footprint industriale e azioni di efficientamento), SG&A (ottimizzazione del network logistico dei magazzini e azioni di negoziazioni sugli acquisti) e Organization (digital transformation).

- **Programma Operations**

Prosegue il percorso verso il ritorno a un livello di saturazione ottimale degli impianti - superiore al 90% - con la contestuale ottimizzazione del livello delle scorte (sostanzialmente stabili rispetto a fine 2020 - il 19% sui ricavi degli ultimi 12 mesi - nonostante un livello di domanda superiore).

- **Programma Digitalizzazione**

Proseguono le azioni volte a trasformare i processi chiave dell'azienda entro il 2023, connettendoli in tempo reale e integrando le funzioni interne con i partner / clienti esterni attraverso piattaforme digitali e modelli di intelligenza artificiale.



## Risultati finanziari

L'azienda ha registrato nel primo semestre 2021 una crescita dei principali indicatori economici. In particolare:

I **ricavi** sono stati pari a 2.564,8 milioni di euro, con una crescita del **41,2%** rispetto al primo semestre 2020 grazie all'andamento della domanda. La crescita organica dei ricavi è stata pari a +45,3% (-4,1% l'impatto derivante dai cambi e dall'iperinflazione Argentina).

L'High Value ha raggiunto il 71,9% del fatturato di gruppo (+1,1 punti percentuali rispetto al 70,8% nel primo semestre 2020).

Nel secondo trimestre 2021 i ricavi sono stati pari a 1.320,1 milioni di euro, in crescita del 72,6% rispetto al secondo trimestre 2020. La crescita organica dei ricavi è stata pari a +73,9% (-1,3% l'effetto dei cambi e dell'iperinflazione Argentina).

Varianti dei ricavi	1 TRIM 2021	2 TRIM 2021	1 SEM 2021
<i>Volumi</i>	+22,2%	+69,9%	+42,3%
-High Value	+29,3%	+68,8%	+46,3%
-Standard	+15,4%	+72,9%	+38,3%
Price/Mix	+2,3%	+4,0%	+3,0%
<b>Variazione su base omogenea</b>	<b>+24,5%</b>	<b>+73,9%</b>	<b>+45,3%</b>
Cambi/Iperinflazione Argentina	-6,1%	-1,3%	-4,1%
<b>Totale variazione</b>	<b>+18,4%</b>	<b>+72,6%</b>	<b>+41,2%</b>

L'andamento dei volumi nel primo semestre (+42,3%) riflette il recupero della domanda, dai minimi toccati nel secondo trimestre 2020, e il guadagno di quota di mercato sia sull'High Value sia sullo Standard (crescita dei volumi rispettivamente +46,3%, +38,3%).

In particolare sul **Car  $\geq$  18"**, Pirelli ha registrato un incremento del 51%, decisamente superiore all'andamento del mercato (+35%):

□ Sul Primo Equipaggiamento la crescita (+60% rispetto al +37% del mercato) è stata supportata dall'esposizione ai produttori auto Premium e Prestige, dal consolidamento del portafoglio clienti in Nord America ed Apac e alla crescente domanda di prodotti specifici per veicoli elettrici;

□ Sul canale Ricambi la sovraperformance di Pirelli (+44%) rispetto al mercato (+34%) riflette la crescita dei volumi pull-through High Value e il lancio di nuove linee dedicate.

In decisa crescita i volumi sul **Car ≥19"** che hanno registrato un incremento del +58% a fronte di un mercato in crescita del +43%.

Anche sul **Car ≤17"** la crescita dei volumi nel semestre (+35%) è stata più marcata rispetto a quella del mercato (+23%) grazie al forte recupero della domanda in Latam che ritraccia dai minimi toccati nel corso del secondo trimestre 2020.

Nel secondo trimestre i **volumi** complessivi sono cresciuti del 69,9%, con volumi High Value in crescita del 68,8% e Standard del 72,9%. Nel secondo trimestre i volumi Pirelli sul Car ≥18" sono cresciuti del 74% a fronte di un +55% dei volumi di mercato. Anche sul Car ≤17" la crescita dei volumi nel secondo trimestre (+69%) è stata più marcata rispetto a quella del mercato (+37%).

**Sostenuto il contributo del prezzo/mix** (+3,0% nei primi sei mesi del 2021, +4,0% nel secondo trimestre), che riflette il miglioramento del mix di prodotto (in particolar modo nel segmento High Value, con maggiori volumi su Car ≥19" e Specialties), e l'implementazione degli aumenti di prezzo a partire dalla fine del primo trimestre.

**Negativo l'impatto dei cambi** (che tiene anche conto dell'iperinflazione in Argentina: -4,1% nel semestre, -1,3% nel secondo trimestre) influenzato dall'apprezzamento dell'euro nei confronti del dollaro e delle principali valute dei mercati emergenti (in particolare Sud America e Russia).

## Redditività

Redditività (milioni di euro)	1 TRIM 2021	2 TRIM 2021	1 SEM 2021
<b>Ebitda Adjusted</b>	<b>266,5</b>	<b>307,4</b>	<b>573,9</b>
<i>% su vendite</i>	<i>21,4%</i>	<i>23,3%</i>	<i>22,4%</i>
<b>Ebitda</b>	<b>223,5</b>	<b>278,5</b>	<b>502,0</b>
<i>% su vendite</i>	<i>18,0%</i>	<i>21,1%</i>	<i>19,6%</i>
<b>Ebit Adjusted</b>	<b>168,8</b>	<b>208,6</b>	<b>377,4</b>
<i>% su vendite</i>	<i>13,6%</i>	<i>15,8%</i>	<i>14,7%</i>
<b>Ebit</b>	<b>97,4</b>	<b>151,2</b>	<b>248,6</b>
<i>% su vendite</i>	<i>7,8%</i>	<i>11,5%</i>	<i>9,7%</i>

L'Ebit adjusted nel primo semestre 2021 è stato pari a 377,4 milioni di euro (66,7 milioni nel

primo semestre 2020), con un margine Ebit adjusted pari al 14,7% in miglioramento rispetto al 3,7% del primo semestre 2020 grazie al contributo delle leve interne (volumi, price/mix, efficienze) che ha più che compensato le negatività dello scenario esterno (materie prime, inflazione, impatto cambi).

Più in particolare, nel primo semestre, l'Ebit adjusted riflette:

- il positivo effetto dei volumi (+315,0 milioni di euro);
- il positivo effetto del price/mix (+47,0 milioni di euro) che ha sostanzialmente compensato l'incremento del costo delle materie prime (-38,7 milioni di euro principalmente dovuto al deprezzamento delle principali valute dei paesi di produzione del gruppo in Sud America, Romania, Russia), e l'impatto negativo dei cambi (-12,7 milioni di euro);
- il positivo effetto della Fase 2 del Piano Competitività che ha generato efficienze strutturali per 82,5 milioni di euro che hanno più che compensato gli effetti dell'inflazione (-32,0 milioni di euro), del "reversal impact" del Piano Covid per -10,4 milioni di euro (pari al saldo fra 54,4 milioni di euro di costi discrezionali relativi ad attività sospese nel 2020 per effetto della pandemia e i benefici derivanti dal maggior utilizzo degli impianti pari a 44,0 milioni di euro) e degli ammortamenti (-6,0 milioni di euro);
- l'incremento degli Other costs (-34,0 milioni di euro nel semestre, principalmente concentrati nel primo trimestre) quale saldo tra i maggiori costi di R&D e marketing sull'High Value (-32,0 milioni di euro), maggiori accantonamenti (-23,2 milioni di euro) per i piani di incentivazione del management a lungo e breve termine (quest'ultimo cancellato nel 2020) e il beneficio (+21,2 milioni di euro) derivante sia dalla normalizzazione della stagionalità dei costi rispetto al 2020 sia dall'impatto positivo della ricostituzione delle scorte.

Particolarmente rilevante, il miglioramento della profittabilità nel secondo trimestre 2021 con un Ebit margin adjusted al 15,8% (-9,7% nel secondo trimestre del 2020) e prossimo ai livelli del 2019 (16,5% nel secondo trimestre 2019). Il miglioramento della profittabilità riflette il forte contributo delle variabili commerciali (volumi e price/mix) e delle efficienze nette (circa il 44% dell'obiettivo annuo), oltre che la positiva dinamica degli "Other Costs" (+24,1 milioni di euro).

L'Ebit è stato pari a 248,6 milioni di euro (-56,8 milioni di euro nel primo semestre 2020) e include:

- ammortamenti di intangible asset identificati in sede di PPA per 56,9 milioni di euro (sostanzialmente in linea con il primo semestre 2020);
- oneri one-off, non ricorrenti e di ristrutturazione e altro per 63,2 milioni di euro (39,8

milioni di euro nel primo semestre 2020) relativi principalmente ad azioni di razionalizzazione delle strutture, oltre al piano di retention (approvato dal Cda in data 26 febbraio 2018) per 4,7 milioni di euro (4,1 milioni di euro nel primo semestre 2020); □ costi diretti legati all'emergenza Covid-19 pari a 8,7 milioni di euro (26,4 milioni nel primo semestre 2020), relativi principalmente a materiali di protezione per il personale.

Il risultato da partecipazioni è pari a +2,0 milioni di euro rispetto a -4,6 milioni di euro del primo semestre 2020.

Gli oneri finanziari netti nel primo semestre 2021 sono pari a 71,8 milioni di euro rispetto a 73,1 milioni di euro nello stesso periodo del 2020.

Il costo del debito su base annua (calcolato sugli ultimi dodici mesi) è pari al 2,27% (1,94% al 31 dicembre 2020) e riflette principalmente il temporaneo peggioramento della leva finanziaria per effetto del Covid, solo parzialmente compensato da efficienze a livello del debito locale.

Gli oneri fiscali del primo semestre 2021 sono pari a 47,2 milioni di euro a fronte di un utile ante imposte di 178,8 milioni di euro, con un tax rate che si attesta al 26,4%, in linea con il tax rate atteso per l'esercizio 2021.

L'utile netto nel primo semestre 2021 è stato pari a 131,6 milioni di euro (rispetto a una perdita di 101,7 milioni di euro nel primo semestre 2020).

Nel secondo trimestre 2021 l'utile netto è stato pari a 89,4 milioni (perdita di 140,2 milioni il risultato netto nel secondo trimestre 2020).

Il flusso di cassa netto ante dividendi è stato pari a -481,0 milioni di euro, in miglioramento di 276,5 milioni di euro rispetto ai -757,5 milioni di euro del primo semestre 2020 e di 159,5 milioni di euro rispetto ai -640,5 milioni di euro del primo semestre 2019. Il trend è stato supportato principalmente dal migliore flusso di cassa netto della gestione operativa: -272,7 milioni di euro nel periodo (-589,8 milioni del primo semestre 2020, -374,7 milioni del primo semestre 2019), che riflette il miglioramento del risultato operativo e il minore assorbimento di cassa legato al capitale circolante e altro, per effetto dell'attenta gestione delle scorte (incidenza sulle vendite negli ultimi 12 mesi pari al 18,9%, rispetto al 21,4% del primo semestre 2020) e dell'andamento dei debiti (che beneficiano anche dei bassi livelli di investimenti effettuati nel quarto trimestre 2020).

Il flusso di cassa netto migliora rispetto al primo semestre 2020 di 197,2 milioni di euro ed è pari a -560,3 milioni di euro (-757,5 milioni di euro nel primo semestre 2020).

Nel secondo trimestre 2021 il flusso di cassa netto ante dividendi è stato positivo per 172,5 milioni di euro, a fronte dei -4 milioni di euro nel corrispondente periodo 2020 e in miglioramento di 100 milioni di euro rispetto ai +72,4 milioni di euro del secondo trimestre 2019.

La Posizione Finanziaria Netta al 30 giugno 2021 è pari a -3.818,7 milioni di euro (-3.258,4

milioni di euro al 31 dicembre 2020, -3.911,9 milioni al 31 marzo 2021 e -4.264,7 milioni di euro al 30 giugno 2020).

Il margine di liquidità, al 30 giugno 2021 pari a 1.533,0 milioni di euro, garantisce la copertura delle scadenze sul debito verso banche e altri finanziatori fino al primo semestre 2023 grazie anche al diritto della società di estendere il debito bancario in scadenza nel giugno 2022 per ulteriori due anni.

## Target 2021

(in miliardi di euro)	Marzo 2021	Agosto 2021
Ricavi	~4,7÷~4,8	~5,0÷~5,1
Ebit Margin Adjusted	>14%÷~15%	~15%÷~15,5%
Investimenti % su ricavi	~0,33 ~7%	~0,33 ~7%
Flusso di cassa netto ante dividendi	~0,30÷~0,34	~0,36÷~0,39
Posizione finanziaria netta PFN / Ebitda Adj.	~3,0 ~2,7x	<3,0 ≤ 2,6x
ROIC post taxes	~16%	≥16%

### Outlook di mercato per il 2021

Per il mercato dei pneumatici Car nel suo complesso è confermata la **previsione di una crescita del 10% nel 2021**, ma con un trend differente rispetto alle precedenti attese per i diversi segmenti e canali. In particolare, il mercato Car ≥18" è previsto ora in crescita del 15% (+2 punti percentuali rispetto al precedente target), trainato dal canale Ricambi (+18% rispetto al +12% inizialmente previsto), mentre nel Primo Equipaggiamento la carenza di semiconduttori porta a una maggiore cautela nelle previsioni della domanda (+10% la crescita attesa, -5 punti percentuali rispetto alle previsioni iniziali).

Alla luce dello scenario di mercato e dei risultati conseguiti nel semestre, Pirelli rivede al rialzo i target 2021 come segue:

- **Ricavi** compresi tra ~5,0 e ~5,1 miliardi di euro (tra ~4,7 e ~4,8 miliardi di euro il

precedente target), con:

- **volumi in crescita** tra +14% e +15% (tra il +11% e +13% la precedente indicazione) trainati dall'High Value i cui volumi sono attesi in crescita fra +18% e +19% (tra il +15% e il +17% il precedente target);
- price/mix in miglioramento tra il +4,5% e il 5% (+2,5% e +3% il target precedente) grazie agli aumenti di prezzo e a un mix di canale e prodotto più favorevole;
- impatto cambi in miglioramento a -2,5% / -2% (-3.5% la precedente indicazione)
- **Ebit Margin Adjusted** compreso tra circa il 15% e circa il 15,5% (tra >14% e ~15% il precedente target) grazie al maggior contributo dei volumi e del price/mix. Quest'ultimo, in particolare, andrà a compensare l'aumento del costo delle materie prime (principalmente legato al petrolio e prodotti derivati) e l'impatto dei cambi;
- **Generazione di cassa** netta ante dividendi in miglioramento tra ~360 e ~390 milioni di euro (tra ~300 e ~340 milioni il target precedente), supportata dalla performance operativa e da una gestione efficiente del capitale circolante;
- **Investimenti** confermati in circa 330 milioni di euro
- **Posizione finanziaria** netta attesa a <3 miliardi di euro, in miglioramento rispetto al precedente target di ~3 miliardi di euro.

© riproduzione riservata pubblicato il 9 / 08 / 2021