

Michelin ha presentato i risultati finanziari del 2022. Le vendite si sono attestate a 28,590 miliardi di euro, in aumento del 20,2% rispetto al 2021.

La variazione anno su anno riflette l'impatto combinato dei seguenti fattori:

- Riduzione del 2% dei volumi di pneumatici. In un contesto economico incerto, ciò è derivato principalmente dalla cessazione delle attività del Gruppo in Russia a partire da marzo nonché la ripresa del Covid-19 in Cina, in particolare nel secondo e quarto trimestre. Questa diminuzione dei volumi è stata parzialmente attenuata dalla dinamica delle vendite all'interno delle reti distributive di proprietà del Gruppo;
- un effetto price-mix positivo del 13,7%. La plusvalenza di 3,054 miliardi riflette (i) la politica dei prezzi assertiva applicata in ogni segmento per compensare l'aumento delle materie prime, dell'energia, del lavoro e altri costi del venduto; e (ii) l'impatto favorevole degli aggiustamenti dei prezzi nelle attività indicizzate. L'effetto mix positivo di 196 milioni di euro riflette il focus prioritario sul marchio Michelin e altri prodotti e servizi ad alto valore aggiunto, nonché la crescita della domanda di pneumatici da 18 pollici e superiori;
- un effetto cambio positivo del 6,2%, dovuto in particolare al forte apprezzamento del dollaro USA e del real brasiliano contro l'euro;
- un incremento dell'1,2% dovuto alla variazione dell'area di consolidamento, principalmente attribuibile all'inclusione di Allopneus dal 30 dicembre 2021.
- Le vendite delle attività diverse dai pneumatici, più resilienti e meno dipendenti dalle catene di approvvigionamento, sono aumentate del 22% nell'anno, aggiungendo l'1,1% alla crescita del fatturato consolidato.

L'utile operativo del segmento è stato pari a 3,396 miliardi di euro, pari all'11,9% delle vendite per l'anno, rispetto a 2,966 milioni di euro e il 12,5% nel 2021. Il miglioramento di 430 milioni di euro riflette l'impatto netto dei seguenti fattori:

- un leggerissimo decremento di 3 milioni di euro dovuto alla variazione dell'area di consolidamento, quale plusvalenza dovuta all'inclusione di Allopneus, ma compensata dalla rimozione di Solesis nel maggio 2021;
- decremento di 464 milioni di euro dovuto alla diminuzione dei volumi venduti e alla conseguente riduzione dei costi fissi;
- un robusto aumento di 3,143 milioni di euro dovuto al favorevole effetto price-mix, che riflette un forte carattere assertivo nella gestione dei prezzi in un momento di forte aumento dei prezzi delle materie prime, dei costi energetici e, soprattutto nel primo semestre, delle spese di trasporto. Nel corso dell'anno, l'effetto mix favorevole è stato sostenuto da una crescita delle vendite di pneumatici da 18 pollici e più nel segmento

delle autovetture e l'attenzione sul marchio Michelin nei pneumatici per autocarro, oltre che dalle forti vendite di pneumatici da miniera nella seconda metà;

- diminuzione di 1,194 miliardi di euro dovuta all'impennata del costo delle materie prime e nelle spese di logistica, in particolare nel primo semestre. Dato che una percentuale significativa dei costi delle materie prime sono legati al dollaro USA, la forza della valuta anche nei confronti dell'euro ha contribuito ai maggiori costi di input;
- decremento di 1,496 miliardi di euro per l'aumento dei costi di produzione e di filiera, con entrambi i costi di produzioni e spedizione del prodotto finito fortemente impattati dall'aumento dei costi energetici, di trasporto, costi del personale e dei pezzi di ricambio;
- un decremento di 160 milioni di euro dovuto alla crescita anno su anno delle spese SG&A (incluse ricerca e sviluppo) nelle attività Tyre, riflettendo l'impatto della ripresa del business e soprattutto nelle spese di viaggio, che nel 2021 erano ancora frenate dal covid-19. Le spese SG&A chiudono l'anno sui livelli del 2019, pur con il significativo impatto dell'inflazione nel 2022;
- un incremento di 354 milioni di euro per altri fattori di costo favorevoli, inclusa una rettifica in variabile compenso corrisposto rispetto al 2022;
- 184 milioni di euro di proventi derivanti dall'andamento dei cambi, quale effetto molto favorevole del rialzo dei tassi di cambio del dollaro USA nei confronti dell'euro, che però è stato attenuato dall'impatto sfavorevole della flessione di alcune altre valute, in particolare la lira turca.

Il free cash flow ha chiuso l'anno con un valore negativo di 180 milioni di euro, rispetto a un valore positivo di 1,357 miliardi di euro nel 2021, principalmente a causa dell'impatto dei fattori di inflazione dei costi sulle componenti del capitale circolante e dell'aumento delle spese in conto capitale.

Il gearing si attesta al 31 dicembre 2022 al 25,2%, corrispondente a un indebitamento netto di 4,320 miliardi di euro, in aumento di 1,531 miliardi di euro dal 31 dicembre 2021.

Il ritorno sul capitale investito (ROCE) ha raggiunto il 10,8%, in aumento di 0,5 punti rispetto al 2021.

L'utile netto ha raggiunto i 2,0 miliardi di euro per l'anno. A maggio 2023 sarà proposto un dividendo di € 1,25 per azione incontro generale.

Florent Menegaux, amministratore delegato, ha dichiarato: *"In un ambiente caotico influenzato da una combinazione di fattori sistemici, Michelin ha ottenuto risultati solidi nel*

2022. Con in mente il nostro futuro, abbiamo mantenuto tutte le nostre attività industriali e Investimenti in ricerca e sviluppo. Voglio riconoscere l'impegno dei nostri associati che contribuisce anno dopo anno al nostro sviluppo di successo."

Prospettive per il 2023: sulla base di uno scenario di domanda di mercato debole, l'obiettivo di Michelin è quello di arrivare a un reddito operativo del segmento superiore a € 3,2 miliardi a tassi di cambio costanti e un flusso di cassa libero ante acquisizioni di oltre 1,6 miliardi di euro.

[Il finanziario completo in PDF](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 20 / 02 / 2023