

**Strategie.** Pirelli vara il nuovo piano: solo operazioni industriali **Pag. 43**

**Bicocca.** Focus sulle gomme «premium», il segmento a maggior valore aggiunto

# Pirelli vara il nuovo piano: solo operazioni industriali

**Nel 2015 i due terzi della redditività arriveranno da Cina e Sud America**

**Antonella Olivieri**

«Nessun accorciamento della catena societaria, niente aumenti di capitale, nè fusioni, nè acquisizioni se non al massimo quella di qualche stabilimento nel caso si presentasse l'occasione di accelerare l'espansione industriale. Non c'è traccia di finanza nel piano che proietta **Pirelli** nel futuro dei prossimi cinque anni con il peso del suo passato industriale di 140 anni di storia nei pneumatici. Un puro piano industriale, dunque, che però promette di sprigionare una redditività a due cifre sia a livello di risultato operativo (Ebit) sia di margine operativo lordo (Ebitda). Già al 2013 quando, secondo le previsioni, il gruppo fatturerà oltre 6 miliardi rispetto ai 4,8 stimati per quest'anno, con un margine Ebitda, dopo gli oneri di ristrutturazione, che arriverà al 15-16% contro il 12% di fine 2010, e un margine Ebit che dal 7,5% salirà al 10,5-11,5%»

«Pirelli ha concluso, raggiungendo con un anno di anticipo gli obiettivi prefissati, la sua trasformazione in una pura Tyre company - ha sottolineato il presidente Marco Tronchetti Provera -. E, in un mondo che

sta cambiando rapidamente e che vede affermarsi nuove aree di crescita, abbiamo sviluppato un piano che pone la società nelle condizioni di competere al meglio». Si parte dunque da una realtà che già oggi è spiegata per il 98% dei suoi ricavi dai pneumatici. E dove l'unica "diversificazione" è rappresentata dalle due joint con Camfin (Pirelli eco technology e Pirelli ambiente), che sono nella fase finale di start up.

L'obiettivo è quello di concentrarsi ancora di più sull'alto di gamma, il segmento a maggior valore aggiunto che permette maggiori guadagni, e sulle aree ad alta crescita con postazioni produttive locali a basso costo, mantenendo allo stesso tempo la sufficiente flessibilità per frenare se la domanda non si svilupperà al ritmo previsto. Il tutto in un contesto dove si è già consumato il divorzio dai destini del settore auto, dal momento che il 75% delle vendite Pirelli è alimentato dal ricambio. Tant'è che tra il 2010 e il 2015 è prevista, a livello globale, una crescita del mercato di gomme "premium" del 5,2% all'anno a fronte di un incremento stimato del parco auto pari al 3,1% annuo. Con una redditività più elevata: la media dei margini Ebit per i primi dieci produttori di gomme dovrebbe collocarsi quest'anno intorno al 7,3% rispetto al 5,7% dei big player della componentistica e il 4,3% dell'auto.

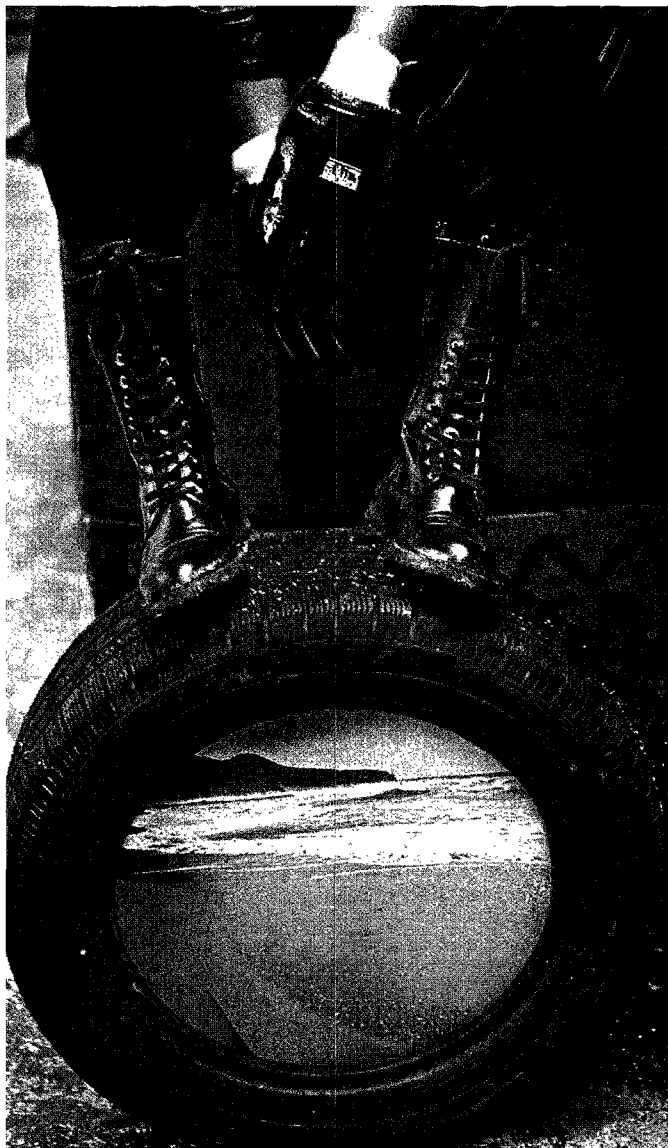
Nel 2015 i due terzi della redditività del gruppo deriveranno dalle aree ad alta crescita, con la Cina e

l'America latina. E si raccoglieranno i frutti di un programma di investimenti di 1,9 miliardi nel quinquennio (in aumento da 1,5 miliardi nel quinquennio precedente) che saranno destinati a migliorare il mix del prodotto, aumentare l'efficienza e a incrementare l'attività produttiva nelle economie a rapida crescita. In quest'ambito è previsto di investire 210 milioni di dollari in un nuovo stabilimento in Messico, per servire il mercato interno ma soprattutto Usa e Canada. La Russia, dove sarà avviata una produzione specialistica (winter e agro), è una scommessa che non è compresa nei target del piano.

Il problema della competitività italiana sollevato dall'ad di Fiat Sergio Marchionne, non è invece un problema per la Bicocca che già oggi ha il 90% della sua attività all'estero. «Ma è proprio per guadagnare in Italia e rendere competitiva la nostra posizione che abbiamo puntato sul nuovo polo di Settimo Torinese», ha spiegato Tronchetti. Un polo che sarà inaugurato in primavera e dove, con un investimento iniziale di 155 milioni, si concentrerà tutta la migliore tecnologia Pirelli. E come ha sottolineato l'ad di Tyre, Francesco Gori, in Italia c'è la testa, «la ricerca e l'innovazione che ci permettono di avere successo in tutto il mondo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.





## LE FOTO DEGLI STUDENTI

Per la presentazione del piano industriale 2011-2013, Pirelli ha chiesto a 15 studenti del corso di fotografia della Nuova Accademia di Belle Arti di Milano di interpretare, attraverso gli obiettivi delle loro macchine fotografiche, i messaggi chiave alla base delle strategie e delle azioni che Pirelli svilupperà. Sopra e a lato sono riprodotti i lavori di tre studenti dell'Accademia. L'età media degli studenti che hanno partecipato all'iniziativa è inferiore a 22 anni.

