

Secondo trimestre positivo per Covestro

Volumi e margini in netta crescita rispetto all'anno scorso, nonostante una flessione del fatturato, causata da prezzi di vendita più bassi.

26 luglio 2016 15:05

Secondo trimestre col segno più per Covestro, la società nata dallo scorporo delle attività Bayer MaterialScience: nonostante tra aprile e giugno il giro d'affari sia sceso del 6,9% a 2,99 miliardi di euro, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, i volumi sono aumentati del 7,7%.

Risultato frutto del minor costo delle materie prime e conseguente flessione dei prezzi di vendita, soprattutto nei poliuretani. In parte, la contrazione dei ricavi è riconducibile a variazioni dei cambi.

Il risultato è in ogni caso positivo: i margini lordi (Ebitda) sono cresciuti del 8,8% a 542 milioni di euro, mentre l'utile netto è aumentato addirittura del 51,3% a 230 milioni.

Risultati raggiunti grazie al contributo sia del policarbonati, sia dei poliuretani: i primi hanno visto crescere i volumi dell'8,5% rispetto al secondo trimestre 2015, con l'Ebitda adj salito del 27,3% a 191 milioni. Le vendite di materie prime poliuretaniche sono aumentate - in volume - del 9% mentre l'Ebitda, a causa dell'erosione dei prezzi, è aumentato solo del 2,2% a 228 milioni. Coating, adesivi e specialità hanno registrato invece una flessione (-1,8%), rispetto ad un trimestre del 2015 particolarmente buono; l'Ebitda di questo segmento è aumentato del 3,6% a 142 milioni di euro.

“Abbiamo registrato ottimi risultati nel secondo trimestre, in linea con lo sviluppo soddisfacente del primo - ha commentato il CEO di Covestro, Patrick Thomas -. I tassi di utilizzo degli impianti stanno migliorando, e ciò ci consente di realizzare volumi più elevati e aumentare la redditività”. In base ai risultati del primo semestre, la società sta rivedendo al rialzo l'outlook per l'intero anno.

Nei primi sei mesi dell'anno, i volumi sono aumentati dell'8,1% e l'Ebitda adj del 14,9% a 1,1 miliardi di euro, mentre il valore delle vendite è sceso del 6,4% a 5,9 miliardi di euro, anche in questo caso per effetto dei prezzi di vendita, inferiori a quelli dell'anno scorso. I profitti netti, nel semestre, sono aumentati del 54,3% a 412 milioni di euro.

