

Goodyear Tire&Rubber ha annunciato utili record nel secondo trimestre del 2013, con miglioramenti anche per quanto riguarda la sua attività europea. L'utile netto è più che raddoppiato rispetto all'anno scorso, attestandosi a quota 181 milioni di dollari (erano 85 milioni nel 2012). Il valore per azione è arrivato a 0,67 dollari, superando di 19 centesimi la stima degli analisti. Richard J. Kramer, presidente e amministratore delegato della società ha detto che "il risultato dimostra come l'esecuzione disciplinata delle nostre strategie da parte dei partner Goodyear in tutto il mondo fa sì che le nostre operazioni diventino più efficienti, affidabili e integrate".

Le vendite nel secondo trimestre sono ammontate a 4.9 miliardi di dollari, in calo rispetto ai 5.2 miliardi dell'anno prima. Queste vendite sono il risultato di 35 milioni di dollari in più di volumi unitari di pneumatici, compensati in negativo da 131 milioni di dollari di vendite in meno in altri settori legati ai pneumatici.

Il risultato operativo, pari a 428 milioni di dollari, è aumentato del 27% rispetto al secondo trimestre 2012, segnando un risultato record in Nord America ma aumentando comunque in tutte le 4 regioni, comprese Europa, Medio Oriente e Africa, dove le vendite unitarie di pneumatici, il favorevole costo delle materie prime e i bassi costi di amministrazione hanno portato ad un utile operativo di 51 milioni di dollari, rispetto ai 19 milioni di 12 mesi prima. Il margine operativo europeo è aumentato dal 1.2 al 3.2%. Commentando le performance di Goodyear in Europa, Kramer ha detto che "la società sta vedendo segnali di stabilizzazione e sta ottenendo buoni successi nel mercato dei pneumatici estivi. Abbiamo ottenuto guadagni significativamente più elevati, con un utile operativo record in Nord America e nell'area dell'Asia-Pacifico", ha continuato riferendosi al reddito operativo rispettivamente di 204 milioni (9.3%) e di 91 milioni (15.6%). Anche l'utile operativo in America Latina è salito, attestandosi a quota 82 milioni di dollari, con un margine del 15.4%. "Il nostro obiettivo resta quello di concentrarci su segmenti profittevoli e mirati di mercato - ha continuato Kramer - laddove si può catturare il valore dei nostri marchi e prepararci a sfruttare la ripresa del mercato, quando ci sarà".

Dato che le vendite nei primi sei mesi del 2013 sono state pari a 9,7 miliardi di dollari, in calo del 9% rispetto all'anno scorso, per il 2013 Goodyear non si aspetta che i volumi di vendite di pneumatici possano salire significativamente oltre i livelli 2012. "Prevediamo una crescita nei volumi nella seconda parte dell'anno, rispetto all'anno scorso, con un aumento dal tre al cinque per cento nel terzo trimestre, guidato da un continuo miglioramento nei mercati emergenti e da un recupero lento ma costante nei mercati maturi", ha detto Kramer. Goodyear ha inoltre annunciato di aver alzato la view sugli utili operativi dell'intero anno da 1,4 a 1,5 miliardi di dollari.

 [Guarda il risultato operativo del secondo semestre 2013](#)

© riproduzione riservata
pubblicato il 31 / 07 / 2013