

Nei primi nove mesi dell'anno Goodyear ha raggiunto ricavi per 15,9 miliardi di dollari (-6,6% rispetto allo stesso periodo del 2011) e un risultato operativo di 976 milioni di dollari (-17% sul 2011). Mentre i risultati nelle divisioni America Latina e Asia si differenziano, rispetto all'analogo periodo dell'anno scorso, nel complesso solo marginalmente o moderatamente, la divisione Nordamerica continua il suo processo di recupero. Così il fatturato, in una situazione molto più difficile rispetto all'anno scorso, è riuscito perfino a superare i valori 2011, con un risultato operativo che dai 255 milioni di dollari del 2011 è arrivato quest'anno a 398 milioni di dollari, evidenziando un incremento addirittura del 56%. La divisione Europa/Africa/Medio Oriente dà invece qualche preoccupazione. Non solo i ricavi dai 6,1 miliardi di dollari (2011) sono scesi a 5,3 miliardi di dollari nei primi nove mesi di quest'anno, ma a rendere le cose ancora più difficili, vi è il crollo del 60% del risultato operativo dai 539 milioni del 2011 a solo 214 milioni di dollari dello stesso periodo dell'anno in corso. Anche se il contesto di mercato in Europa è molto difficile da descrivere, Goodyear ha decisamente perso fatturato in maniera molto maggiore del mercato. Dove nel dettaglio si siano più indebolite le entrate, resta da indagare. Nel complesso i primi nove mesi dell'anno danno a Goodyear motivo sufficiente di essere ottimista, poiché, dopo quasi un decennio di persistente declino, il mercato nordamericano ha ben recuperato e si è stabilizzato. kluas.haddenbrock@reifenpresse.de/lt

© riproduzione riservata
pubblicato il 29 / 10 / 2012